



Republika e Kosovës
Republika Kosova-Republic of Kosovo
Qeveria-Vlada-Government
Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
Ministarstvo Trgovine i Industrije-Ministry of Trade and Industry

PROGRAM
ZA ZAŠTITU POTROŠAČA
2021 – 2025

PRIŠTINA
2020.

SADRŽAJ

UVOD.....	4
Vizija	4
Svrha i politike.....	4
Poglavlje I	6
1.1. Istorija osnovnih prava potrošača	6
1.2. Prava i obaveze potrošača	7
Poglavlje II	12
2. PRINCIPI I ORIJENTACIJE PROGRAMA 2021-2025	12
2.1. Politika za zaštitu potrošača na Kosovu	13
2.2. Pravni osnov za zaštitu potrošača na Kosovu	14
Poglavlje III	20
3. INSTITUCIONALNI OKVIR, ODGOVORNOSTI I PRIORITETI	20
3.1. Skupština, vlada i Ministarstvo trgovine i industrije (MTI)	20
3.2. Departman za zaštitu potrošača	20
3.3. Vladine strategije	21
3.4. Ostale institucionalne odgovornosti	23
3.5. Rešavanje problema - Žalbe potrošača	24
3.6. Savet i Program za zaštitu potrošača	25
3.7. Sprovođenje Programa za zaštitu potrošača 2016-2020	26
3.8. Državni inspektorati i regulatori javnih službi	30
3.9. Udruženja za zaštitu potrošača	31
3.10. Organi na lokalnom nivou	31
Poglavlje IV	32
4. CILJEVI PROGRAMA 2021 – 2025	32
4.1. Dužnosti i prioritetne oblasti u sprovođenju programa 2021 - 2025	34
4.2. Razvoj administrativnih kapaciteta - Ministarstvo trgovine i industrije	34
4.3. Razvoj zakonodavne infrastrukture - Ministarstvo trgovine i industrije	37
4.4. Energetske usluge – Regulatorni Ured za Energiju (RUE)	43
4.5. Usluge vode – Regulatorni autoritet za vodu (RUV)	46

4.6.	Elektronske i poštanske komunikacije - Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije (RAEPK)	48
4.7.	Finansijske usluge – Centralna Banka Kosova (CBK)	53
4.8.	Kvalitet prehrambenih proizvoda – Autoritet za hranu i veterinu (AHV)	56
4.9.	Alternativno rešavanje potrošačkih sporova - Ministarstvo pravde.....	59
4.10.	Podrška od strane poslovanja – Privredna komora Kosova.....	61
Poglavlje V		64
5.	PODIZANJE SVESTI POTROŠAČA.....	64
5.1.	Promocija	65
5.2.	Prisustvo <i>online</i> na internetu	67
5.3.	Emitovanje & novinarstvo: TV, radio i novine.....	71
5.4.	Stvarne organizacije	72
5.5.	Zajedničke aktivnosti sa međunarodnim partnerima	73
5.6.	Obrazovne aktivnosti usmerene na mlade potrošače	73
5.7.	Javne ankete	73
5.8.	Obrazovni planovi i programi.....	75
Poglavlje VI.....		77
6.	PODRŠKA I SARADNJA SA UDRUŽENJIMA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA.....	77
ZAKLJUČAK		78
Aneks 1.....		79
Aneks 2.....		103
ZAKONI I PODZAKONSKI AKTI MTI-a– 2021-2025.....		103
Aneks 2.....		105

UVOD

Vizija, svrha i politika za zaštitu potrošača

Vizija

Osnaženi, samouvereni i sigurni potrošači na poštenom, sigurnom i konkurentnom tržištu gde mogu aktivno da učestvuju, ostvarujući svoja prava i moć dobro obaveštenog izbora.

Svrha i politike

Program za zaštitu potrošača je važan dokument, koji potrošače stavlja u središte, i kao referentnu tačku ima Zakon o zaštiti potrošača.

Ovaj program ima za cilj da osnaži potrošača za aktivnu ulogu na tržištu, ostvarujući njegova prava i moć dobro obaveštenog izbora u kupovini robe i dobijenih usluga.

Pravilno projektovane i sprovedene politike za zaštitu potrošača omogućavaju im da vrše dobro informisane izbore, pozitivno utičući na stvaranje poštene konkurencije i održivog rasta. Svrha programa je osnaživanje potrošača i igranje aktivne uloge na tržištu, što zahteva jačanje poverenja potrošača za kupovinu robe i usluga.

Ovaj program ima za cilj efikasno i transparentno regulisanje usluga, u skladu sa dobrom evropskom praksom, koja obezbeđuje da pružaoci usluga pružaju kvalitetne, održive i usluge sa pristupačnim cenama širom Kosova, uzimajući u obzir očuvanje životne sredine i zaštitu javnog zdravlja.

Program za zaštitu potrošača ima za prioritet međusektorske strategije, da osnaži potrošače u Republici Kosovo, da zaštiti ekonomske interese potrošača po pitanjima bezbednosti, izbora, kvaliteta, cene, raznolikosti, dostupnosti itd., da potrošačima obezbedi savremeni nadzor i transparentnost tržišta, kao i da efikasno zaštiti potrošače od rizika i pretnji kojima se ne mogu baviti i rešavati na individualan način.

Osnaživanje potrošača nije samo pravo, već se odnosi na stvaranje opšteg okruženja koje im omogućava da ostvaruju ta prava i imaju koristi od njih, što znači stvaranje sistema u kojem se mogu osloniti i koji garantuje sigurnost dobara i usluga, ali i efikasnu zaštitu njihovih ekonomskih interesa, kada su izloženi riziku.

Program takođe ima za cilj da garantuje slobodan promet bezbednih proizvoda na tržištu sa istim tehničkim zahtevima kao onim evropskim, što je osnova za svaku politiku potrošača i jedna od osnovnih sloboda utvrđenih Ugovorom o funkcionisanju EU-a, kao i jedna od mera predviđenih u ovom programu.

Ovaj program će njima posvetiti posebnu pažnju, jer s jedne strane globalizacija proizvodnog lanca otežava identifikaciju nesigurnih proizvoda, dok s druge strane, ekonomske krize mogu dovesti do fokusa potrošača i preduzeća na nižim cenama, rizikom da aspekti sigurnosti izgube svoj značaj, povećavajući na taj način mogućnost za lažne i nesigurne proizvode. Stoga, treba uzeti u obzir izradu i efikasno sprovođenje snažnog pravnog okvira, jer to povećava poverenje potrošača u tržište, što takođe dovodi do povećanih kupovina, što je na kraju motor ekonomskog oporavka.

Izrada i sprovođenje politika za stvaranje opšteg pravnog i institucionalnog okruženja, koje potrošačima garantuje zaštitu zdravlja, bezbednosti i ekonomskih interesa, poboljšanje obrazovanja, informisanja i svesti, podržavanje efikasne primene njihovih prava, sa ciljem osnaživanja potrošača i povećanja njihovog poverenja u kupovinu robe i usluga na tržištu, čineći da tržište radi u njihovu korist.

Program za zaštitu potrošača 2021-2025 je od posebne važnosti za vladu Kosova, jer kroz njega MTI ima za cilj unapređenje zaštite potrošača, u odnosu na javno zdravlje, životnu sredinu i tržište. Ovaj program sadrži strateške ciljeve u oblasti zaštite potrošača.

Program obuhvata prioritete, kao i adekvatne mere, koje bi, u određenim fazama njegove primene, trebalo da preduzme sa posvećenošću kosovsko društvo sa ciljem daljeg razvoja i unapređenja dostignuća, shodno uspesima, u plan primene ustavnih i zakonskih obaveza.

Da bi zemlja poput Kosova postigla spremnost da postane deo zajedničkog tržišta Evropske unije, moraju se stvoriti mehanizmi koji bi kroz jasna pravila i sprovođenje zakona dokazali poverenje koje potrošači zaslužuju na unutrašnjem tržištu.

U okviru Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između Kosova i Evropske unije, jedna od glavnih odgovornosti koja treba da se realizuje tokom ovog procesa je usklađivanje kosovskog zakonodavstva sa onim EU-a (*Acquis communautaire*).

Vlada Republike Kosovo treba da obezbedi kontinuiranu i efikasnu saradnju sa Savetom za zaštitu potrošača, kroz njeno učešće u aktivnostima obuke, u procesu konsultacija za izradu nacionalnih politika / strategija, pravnih inicijativa, razmene informacija, uzajamnog učešća u relevantnim aktivnostima itd.

Poglavlje I

OPŠTE OBAVEŠTENJE

Poznato je da je prema odredbama Zakona o zaštiti potrošača, potrošač je svako fizičko lice koje kupuje i koristi robu ili usluge kako bi zadovoljilo svoje potrebe, ali ne i u svrhe povezane sa trgovačkim aktivnostima ili preprodajom te robe.

Zaštita potrošača za bilo koju organizovanu državu ili društvo nije samo oblast i pitanje od posebnog značaja, već i relevantna komponenta sa trajnim uticajem na napredak i pravce ekonomskog i socijalnog razvoja. Dakle, angažovanje nadležnih faktora u unapređivanju položaja i prava potrošača ne znači samo ispunjenje zakonske i institucionalne obaveze, već i građanske i humane.

Zaštita potrošača se, dakle, odnosi na stvaranje sigurnog okruženja, odnosno socijalne garancije o tome da su svi proizvodi i predmeti koje žele kupiti, za svoje isključive potrebe i svojih porodica kvalitetni i sigurni.

Zaštita potrošača takođe podrazumeva poštenu, potpunu, sveobuhvatnu i adekvatnu zaštitu prava potrošača, kako u oblasti obrazovanja, edukacije, informisanja, ali i u drugim oblastima, kao i od uzroka, uticaja, prevara, složenih supstanci i faktora koji u svakodnevnom životu potrošača imaju mogućnost da ugroze i na naštetu njegovom životu, zdravlju, životnoj sredini i njegovoj porodici.

Stepen razvoja prava potrošača prvenstveno je posledica i rezultat određenog stepena u određenim okolnostima i okruženju ukupnog ekonomskog i socijalnog razvoja jedne zemlje, što znači da je karakterističan za razvijene i demokratske zemlje.

1.1. Istorija osnovnih prava potrošača

Kada je reč o komercijalnim proizvodima proizvođača, tj. u odnosu na neispravne / oštećene proizvode ili prevarantskim reklamiranjima, poznato je da je sredina dvadesetog veka, tačnije šezdesetih godina, označile početak konkretnih koraka u procesu zaštite potrošača.

Čitav proces je započeo 15. marta 1962. godine, kada je tadašnji predsednik Sjedinjenih Država John F. Kennedy održao govor na jednom od zasedanja Kongresa Sjedinjenih Američkih Država, gde su po prvi put (od političara ovog nivoa) postavljena osnovna prava potrošača (osnova kasnijih zakona naspram pravima potrošača) u odnosu na četiri osnovna stuba: pravo na sigurnost; pravo na informisanje; pravo izbora; i pravo da se sluša.

Kasnije su, putem Vodiča za zaštitu potrošača, Ujedinjene nacije odlučile da prošire ta osnovna prava dodavanjem četiri stuba (pravo na zadovoljavanje osnovnih potreba; pravo na naknadu; pravo na obrazovanje i pravo na zdravu životnu sredinu), gde je nakon ovog ili kao rezultat toga Međunarodni potrošač (Međunarodna federacija NVO-a), kao jedini nezavisni globalni autoritet za prava potrošača, odlučio da odobri ta prava, kao aktom ili osnovnim statutom naspram prava potrošača, i istovremeno je proglasio 15. mart (u znak poštovanja) Međunarodnim danom prava potrošača.

Zaštita potrošača predstavlja izuzetno dinamičnu oblast u Evropskoj uniji koja vrlo često donosi nove mere, a to je dovoljan razlog za zajedničko delovanje svih nacionalnih vlasti (vladinih i nevladinih) u oblasti zaštite potrošača.

Čitava istorija zaštite potrošača u EU-u započinje potpisivanjem Ugovora od strane država predstavnika za uspostavljanje Evropske unije, u Rimu, 1957. godine, gde je kao rezultat toga, krajem 1973. godine, usvojena Evropska povelja o informisanju i zaštiti potrošača, odnosno njihova prava na: zaštitu od životnih opasnosti; zaštita zdravlja i imovine tokom prihvatanja proizvoda/usluga na tržištu; pravna zaštita i državna podrška; informisanje i obrazovanje; pridruživanje udruženjima radi zaštite njihovih interesa; zastupanje u telima koja donose odluke o pravima i interesima potrošača.

U okviru ovih principa, Evropska zajednica je do danas uspela da stvori bogato zakonodavstvo o zaštiti potrošača, uvek u skladu sa razvojnim trendovima vremena, okolnostima, potrebama, zahtevima i interesima potrošača, kao i spremnošću i saglasnošću za napredak od strane država članica EU-a.

Upravo su ove godine, tj. sedamdesete godine prošlog veka, poznate po obeležavanju značajnog napretka, gde je, između ostalog, politika zaštite potrošača formalizovana kao politika Evropske unije. Ugovorom iz Amsterdama (1979) naknadno su postavljeni temelji osnovnih prava zaštite potrošača, kao sastavni deo politike država članica EU-a.

U generalno pozitivnoj i kreativnoj klimi, posebno u zemljama EU-a, zaštita potrošača potom napreduje i razvija se i na međunarodnom planu. Upravo na osnovu ovog duha i Rezolucije br. 39/248, od 9. aprila 1985. godine, poznato je da je Generalna skupština Ujedinjenih nacija usvojila Uputstvo o zaštiti potrošača, koje vladama pruža okvir i mogućnosti za izradu i sprovođenje relevantnih politika i zakonodavstva za zaštitu potrošača.

1.2. Prava i obaveze potrošača

Prava potrošača mogu se ograničiti u izuzetnim slučajevima, u cilju zaštite opštih interesa i bezbednosti države, životne sredine i zdravlja ljudi, ali ne na način koji potrošače dovodi u neravnotežan položaj. U okviru ovog koncepta, osnovni principi na kojima se grade i sprovode politike za zaštitu potrošača u Evropskoj uniji, osnovna prava potrošača, postepeno i tokom vremena, postigla su rasprostranjenost na mnogim platformama, poput:

1. Prava na zaštitu života, zdravlja, životne sredine i ekonomskih interesa potrošača;
2. Prava na informisanje i obrazovanje potrošača;
3. Prava zastupanja njihovih interesa;
4. Prava organizovanja u udruženja potrošača radi zaštite njihovih interesa;
5. Prava na žalbu;
6. Prava na pravnu zaštitu;
7. Prava na naknadu štete, u određenim slučajevima i na obeštećenje;
8. Prava na korišćenje javnih usluga;
9. Prava na primanje usluga na jeziku razumljivom potrošaču.

U kontekstu ovih prava, u nastavku su data objašnjenja šta svako znači:

1. **Pravo na ekonomske interese** – sastoji se od „prava na slobodan izbor“ i „prava na zadovoljavanje osnovnih potreba“. Prema tome, u početku „pravo na slobodan izbor“ između ponuda proizvoda podrazumeva da potrošaču moraju biti ponuđene ili da postoje razne mogućnosti koje nude različite kompanije, među kojima može da bira. S tim u vezi, vlada treba da preduzme mnogo koraka da putem zakonodavstva obezbedi dostupnost zdravog i otvorenog okruženja za konkurenciju.
2. **Pravo na ispunjavanje osnovnih potreba** postignuto je tek 1985. godine, kada su Ujedinjene nacije, putem posebnog vodiča, proširile prava, izradivši ukupno osam smernica o osnovnim pravima potrošača. Ovom prilikom, pravo potrošača naspram ekonomskih interesa predviđa zadovoljavanje osnovnih potreba potrošača. Generalno, ovo pravo znači da ljudi treba da imaju pristup osnovnim/suštinskim dobrima, robama i uslugama, odgovarajućoj hrani, odeći, stanovanju, zdravstvenoj zaštiti, obrazovanju, javnim službama, vodi i kanalizaciji.
3. **Pravo potrošača na sigurne proizvode** - Za formalizaciju ovog prava glavni doprinos u to vreme je dala Savezna vlada Sjedinjenih Država, odnosno Komisija za bezbednost potrošačke hrane, organizacija sa jurisdikcijom nad hiljadama komercijalnih proizvoda, nadležnost koja omogućava utvrđivanje standarda učinaka i zahteva ispitivanje proizvoda i postavljanje nalepnica upozorenja. EU je doneo zakone koji pomažu potrošačima da se obezbeđuju da su proizvodi koje kupuju sigurni. Sigurnost hrane zasniva se na principu u kojem ceo lanac, „lanac hrane“, mora biti uključen kako bi se garantovala sigurnost. Evropski zakoni o sigurnosti hrane, između ostalog, predviđaju postupke o tome: kako poljoprivrednici moraju da proizvode hranu; kako se prerađuje hrana; koje boje i aditivi mogu da se koriste u njima; kao i kako se ta hrana prodaje kao gotov proizvod na tržištu.
4. **Pravo potrošača na sigurne proizvode** – uključuje i pravo na zdravu životnu sredinu, što predstavlja mogućnost izbora za život i rad u okruženju koje ne ugrožava dobrobit, u sadašnjem vremenu i za buduće generacije. Međutim, vredi napomenuti da se ne može reći da je svest društva u vezi sa brzinom, težinom i drugim negativnim posledicama od propadanja životne sredine dovoljno napredovala tokom izrade sporazuma da bi se garantovalo rešavanje ekoloških zabrinutosti.

5. ***Pravo na žalbu*** - Ovo pravo predstavlja mogućnost potrošačima da izraze svoje žalbe i zabrinutosti u vezi sa proizvodima i uslugama, na takav način da se pitanja rešavaju efikasno i odgovorno, u pozitivnom smislu. Istovremeno, oni moraju biti spremni da se suočavaju sa strankama koje su potrošačima pružale proizvode ili usluge u suprotnosti sa važećim zakonom. Građanin-potrošač zahteva pravo na žalbu i putem nacionalnih nevladinih organizacija, čiji dnevni red predviđa zaštitu prava i interesa potrošača.

Svaki potrošač koji tvrdi da su proizvođači, trgovci ili drugi pružaoci usluga kršili njegova prava ima pravo da uloži žalbu. Ovo pravo predstavlja mogućnost potrošača da izraze svoje nezadovoljstvo i zabrinutosti oko proizvoda i usluga na takav način da se to pitanje rešava efikasno i odgovorno, u pozitivnom smislu. Istovremeno, oni moraju biti spremni da stupe u kontakt sa stranama koje su potrošačima pružale proizvode ili usluge u suprotnosti sa važećim zakonom.

6. ***Pravo potrošača na naknadu i praktični pristup*** - Pravo na ispravku predstavlja mogućnost potrošača za pravilnu pravnu tvrdnju i nepristrasno preispitivanje/rešavanje, uključujući naknadu za iskrivljenje ponude, nekvalitetnu robu ili nezadovoljavajuće usluge.
7. ***Pravo potrošača na informisanje, obrazovanje/edukaciju i podizanje svesti*** - Informisanje potrošača nije samo relevantan modalitet i uticajna komponenta u oblasti podizanja svesti i obrazovanja potrošača, već i njihovo osnovno pravo, koju je, između ostalog, država Ustavom i zakonima dužna da obezbedi i garantuje. Dobro informisanje potrošača nije korisno samo za njih, već i za celo društvo. Pravilno i kontinuirano informisanje, pre svega, stvaraju veći stepen poverenja u proizvođača ili pružaoca usluga, odnosno tržišta, kao i u državu i potrošačko društvo.

Postoji razlika između edukacije-obrazovanja i informisanja potrošača. Dok se obrazovanje odnosi na proces sticanja znanja i veština za razumevanje i upravljanje na adekvatan način i adekvatni nivo potrošnih resursa i preduzimanje odgovarajućih koraka, informisanje se odnosi na podatke o određenim proizvodima koji utiču na odluku kupiti ili ne konzumirati takvu vrstu proizvoda. Obrazovanje i edukacija potrošača je od primarnog i kritičnog značaja za efikasno korišćenje informisanja potrošača, kao relevantna komponenta njihove zaštite. Relevantni izvori informisanja potrošača su primarne, trenutne i neophodne informacije iz medija; različiti oblici profesionalnog, odmarališnog, sindikalnog organizovanja, literature; kontakti sa institucijama, civilnim društvom, savetovalištim; seminari, simpozijumi, konferencije, okrugli stolovi i tribine. S druge strane, edukacija i obrazovanje treba da budu deo nastave od predškolskih do univerzitetskih i post-univerzitetskih institucija. Građansko obrazovanje sa posebnim modulom/nastavnim planom i programom o pravima i zaštiti potrošača treba da se pruža u osnovnim i srednjim školama. Glavne teme ove komponente su: osnovni koncepti potrošnje, potrošači i politike za zaštitu potrošača; uloga vlade i drugih nadležnih institucija u zaštiti potrošača; Prava potrošača kao ljudska prava; uloga i značaj svesti i socijalne i moralne odgovornosti naspram zaštite i ostvarivanja prava potrošača u skladu sa zakonodavstvom itd.

8. **Pravo potrošača da budu saslušani i pridruženi / lobirani** - Interes potrošača da budu saslušani i pridruženi je društveni interes, s obimom, težinom i višedimenzionalnim pozitivnim efektima za dobrobit zemlje. Ovo pravo se ogleda u svesti građanina potrošača, ali i u njegovom partnerstvu sa državom. Nije na potrošača da samo kupuje i troši, da bude ravnodušan, razmišlja o tokovima, razvoju i razvojnim procesima. On treba da bude aktivan, da doprinosi, sarađuje u odbrani svog stava.
9. **Ostala prava** - Ovo uključuje prava u vezi sa tehnološkim ili savremenim razvojem, koja se moraju poštovati kao trenutno pravo, kao što su: pravo na izbor, znanje i kulturnu raznolikost; Pravo na princip „tehničke neutralnosti“ (koji štiti prava potrošača u digitalnom okruženju); Pravo na korist od tehnoloških inovacija (od novih tehnologija); Pravo na interoperabilnost sadržaja tehničkih sredstava (CD-i itd.); Pravo na privatnost, kao i pravo da ne bude inkriminisano.
10. **Obaveze i odgovornosti potrošača** - Potrošač nije izuzet od obaveza i odgovornosti u ovoj oblasti. Od njega se zahteva da bude stalno svestan koje proizvode kupuje i troši za sebe i porodicu, kao i da prati razvojne trendove tržišne ekonomije. Od potrošača se zahteva da bude svestan, informisan, obrazovan i pažljiv kako ne bi bio žrtva zlostavljanja, zdravstvenih rizika ili drugih oblika moguće zloupotrebe na tržištu.

Stalna zaštita potrošača takođe je definisana u zakonima i najboljim praksama EU-a, što se ogleda u deset principa zaštite potrošača. Ovi principi, u odnosu na zaštitu potrošača, odražavaju izvornu osnovu, koja se zatim prevodi u pravne akte EU-a, koji faktički štite svakog građanina država članica kao potrošača, bez obzira na to gde on/ona deluje, radi ili se nalazi. Osnovni principi za zaštitu potrošača u EU predstavljaju:

1. **Kupuj šta god želiš, gde god želiš:** ... osim kada je to zakonom zabranjeno (npr. kupovina oružja, droge ...); zakoni EU-a daju potrošačima pravo da kupuju bez brige da će po povratku u matične zemlje morati da plate dodatne carine ili PDV.
2. **Ako ne funkcioniše, vratite ga nazad:** Prema zakonima EU-a, ako kupljeni proizvod nije u skladu sa ugovorom koji je kupac sklopio sa prodavcem u trenutku kupovine, on se može vratiti, popraviti ili zameniti. Alternativno, može se zahtevati popust na cenu ili puni povrat novca kupca. Ovo se primenjuje do dve godine nakon prijema proizvoda. Prvih šest meseci nakon isporuke proizvoda, teret dokazivanja pada na prodavca, a ne na potrošača, tako da on/ona može dokazati da je prodati proizvod bio u skladu sa ugovorom o prodaji.
3. **Visoki standardi sigurnosti hrane i dobara potrošača:** Zakoni EU-a predviđaju pomoć potrošačima i sigurnost naspram kupljenih proizvoda. Sigurnost hrane zasniva se na principu čitavog „lanca ishrane“ koji mora da garantuje sigurnost (kako se proizvodi; prerađuje; koje boje/aditivi mogu da se dodaju i kako se prodaje gotov za tržište). Zakoni EU-a o sigurnosti ostale robe široke potrošnje (igračke, kozmetika, električni uređaji itd.) takođe predviđaju posebna pravila.

4. ***Znajte šta jedete:*** Na nalepnici treba da budu navedeni svi detalji o sastojcima koji se koriste u prehrambenom proizvodu, zajedno sa ostalim detaljima kao što su boja, konzervansi, zaslađivači i drugi hemijski aditivi koji se koriste. Ako sastojak ima strukturu ili prirodu koja eventualno može da izazove npr. alergije kod potencijalnih potrošača, trebalo bi da bude navedeno na nalepnici istog proizvoda. Zakon EU-a takođe omogućava potrošačima da znaju da li je neka hrana genetski modifikovana ili sadrži sastojke ove vrste.
5. ***Ugovori moraju biti povoljni za potrošača:*** Zakoni EU-a zabranjuju određene vrste uslova ugovora koje su nepovoljne za potrošača.
6. ***Ponekad se potrošači mogu i predomisлити:*** Zakon EU-a takođe štiti od nasilne prodaje na pragu ili od vrata do vrata, kao i od kupovine na internetu. Postoji opšte načelo da se takav ugovor može otkazati u roku od sedam radnih dana, sa izuzetkom ugovora o osiguranjima ili kupovini po izuzetno niskim cenama.
7. ***Olakšavanje upoređenja cena:*** Zakon EU-a zahteva od supermarketa da (potrošačima) daju jediničnu cenu robe.
8. ***Potrošače ne treba dezorijentisati:*** Reklamiranje koje dezorijentiše ili obmanjuje potrošače zabranjeno je zakonom EU-a. Kreditne kompanije ili one koje izdaju kreditne kartice, prema zakonu EU-a, moraju pružiti potpune pisane detalje o bilo kom aranžiranom kreditnom ugovoru (uključujući informacije o kamati, trajanju ugovora i obliku otkazivanja).
9. ***Zaštita za vreme kada ste na odmoru:*** Prema zakonima EU-a, operateri paketa moraju imati uspostavljene aranžmane za vraćanje klijenata svojim kućama u slučaju da bankrotiraju dok su klijenti na odmoru. Takođe bi trebalo da ponude nadoknadu, u slučaju da odmori nisu u skladu sa onim što je obećano u marketinškoj brošuri.
10. ***Efikasna nadoknada za prekogranične sporove:*** Potrošači bi trebalo da imaju pravo da zahtevaju bolje uslove i ponude svuda u Evropi. Evropska mreža potrošačkih centara je panevropska mreža koja promoviše poverenje potrošača kroz savete građanima, njihovim pravima u EU-u i pomaže im u rešavanju eventualnih sporova.

Poglavlje II

2. PRINCIPI I ORIJENTACIJE PROGRAMA 2021-2025

Osnovni principi na kojima se grade i sprovode politike zaštite potrošača u Evropskoj uniji su glavna osnova orijentacije programa 2021-2025 za zaštitu potrošača. Evropska unija, kao napredna regionalna organizacija, posebno kao slobodno tržište i među najvećim tržištima na svetu, ozbiljno uzimajući u obzir dinamiku ekonomskog razvoja unutar i izvan svoje strukture, posvetila je primarnu pažnju zaštiti potrošača.

S tim u vezi, ova organizacija je kreirala i proglasila posebne principe, na kojima se kroz razne pravne akte, uključujući desetine direktiva, ostvaruje i sve više napreduje nivo i kvalitet zaštite evropskih potrošača. Svakako, ovde treba naglasiti neophodnost da kosovske institucije usvoje ove principe, i da neophodne odredbe direktiva Evropske unije, u međuvremenu, ugrađuju u naše zakone tako da ispunjavanjem potrebnih kriterijuma i postizanjem modernih, humanih i demokratskih standarda, da kao država što pre postignemo da budemo član Evropske unije.

Pre svega, ovo je za dobrobit i u korist naših građana, ali i zbog naših ozbiljnih i kontinuiranih ciljeva i napora za evropske i evroatlantske integracije. Principi i orijentacije programa 2021-2025, u skladu sa osnovnim principima i orijentacijama na kojima se grade i sprovode politike zaštite potrošača u Evropskoj uniji, su:

1. **Princip prioriteta:** podrazumeva nesporni prioritet prava potrošača. Njegove potrebe, zahtevi i interesi treba da se rešavaju prioritarno od strane organa koji sprovode politike zbog činjenice da se radi o najvitalnijim pitanjima stanovništva zemlje.
2. **Princip saradnje, koordinacije i odgovornosti:** podrazumeva uključenost, posvećenost, saradnju i trajnu i višedimenzionalnu koordinaciju svih faktora i subjekata koji se bave pitanjima potrošača.
3. **Princip efikasnog i efektivnog nadzora:** podrazumeva kontinuiranu kvalitetnu, profesionalnu i institucionalnu kontrolu.
4. **Princip sveobuhvatnosti:** podrazumeva posvećenost, koordinaciju i saradnju svih pravno nadležnih faktora i autora, ali i onih koji, imajući motivaciju, volju i interes, aktivno učestvuju u unapređenju oblasti zaštite potrošača. Ti subjekti su: centralna i lokalna institucionalna tela, poslovna udruženja i asocijacije, ona civilnog društva koja se bave zaštitom potrošača itd.
5. **Princip prevencije:** Ovaj princip se primenjuje kroz opšte i posebne preventivne mere od strane nadležnih organa za sprovođenje politika zaštite potrošača. Predmetni princip ima za cilj sprečavanje ugrožavanja zdravlja i života potrošača pravnim sredstvima, efikasnim i trajnim merama. Kontrola roba i usluga mora biti dobro organizovana i planirana i pravovremena kako bi se sprečio rizik po život, zdravlje i socijalnu dobrobit potrošača,

održalo pravilno, uravnoteženo i prosperitetno tržište, ali i očuvanja prirode i čiste životne sredine, koje je zagarantovano i Ustavom.

2.1. Politika za zaštitu potrošača na Kosovu

Pored osnovnih principa zaštite potrošača Evropske unije, ovaj program je zasnovan i na ustavnoj i zakonskoj osnovi; državne obaveze; obaveze i odgovornosti proizvođača, trgovaca i drugih pružalaca usluga; kao i aktivnosti civilnog društva u zaštiti potrošača.

Država i kosovske institucije su Ustavom i zakonima obavezne da vode računa o punoj realizaciji prava potrošača. U tom kontekstu, zaštita potrošača je takođe ustavna kategorija, u smislu da Ustav Republike Kosovo, sa odredbama stava 3. i 7. člana 119, precizno i izričito garantuje zaštitu potrošača.

Sve politike pomenute u ovom programu, u drugom obliku ili stepenu, opterećuju i obavezuju ministarstva, agencije, tela i druge institucije da u potpunosti sprovedu zakonske odredbe koje se odnose na zaštitu potrošača.

Kontinuirani je imperativ, dužnost i odgovornost kosovskih institucija da učine više kako bi promenile situaciju i ubrzale razvoj najkvalitetnije i suštinske zaštite potrošača u budućnosti. Ove napore i aktivnosti, na višedimenzionalni način i u koordinaciji sa svim nadležnim autorima i faktorima i zainteresovanim stranama, treba uložiti u kontinuitetu, kao i preduzeti napredne mere u potpunosti u skladu sa prioritetima i dinamikom predstavljenim u nastavku u ovom programu.

Država i njene nadležne institucije imaju istu obavezu da zaštite proizvođače, trgovce i pružaoce usluga, pri čemu je ova institucionalna dužnost državnih organa i tela više povezana sa subjektima koji svojim proizvodima, dobrim ponašanjem i kvalitetom pruženih usluga ispravno ispunjavaju zakonske obaveze, kako prema državi, tako i prema potrošačima. Na taj način, proizvođači, trgovci i pružaoци usluga, pored institucionalnih struktura, imaju i treba da posvećuju pažnju, brigu, poštovanje i odgovornost prema potrošačima.

Uloga, aktivnosti i značaj različitih subjekata civilnog društva u oblasti zaštite potrošača je posebna i važna. Trenutno glas udruženja potrošača na Kosovu još uvek nije na nivou koji bi njeni građani želeli da čuju. To znači da civilna udruženja do sada nisu bila pravilno organizovana ili strukturisana na Kosovu. S obzirom na to da Zakon o zaštiti potrošača omogućava širenje mreže različitih udruženja za zaštitu potrošača, civilnom društvu će ubuduće biti potrebno da kroz program, odnosno putem nosilaca njegove primene u praksi, bude pomognuto različitim projektima i u drugim oblicima i modalitetima, da budu bolje organizovane i da deluju na mnogo aktivniji način u oblasti zaštite potrošača.

Na osnovu svih relevantnih pokazatelja i anketa, zapažanja i nalaza, odnosno nekoliko godina iskustva terenskih inspekcija, elektronskih i štampanih medija, kao i samih građana i civilnog društva, zaštita potrošača zahteva povećane aktivnosti i posvećenost.

2.2. Pravni osnov za zaštitu potrošača na Kosovu

U prošlosti, u pogledu zaštite potrošača, Kosovo ima skromno iskustvo. Nakon 1999. godine, postepeno je započela zakonodavna aktivnost kosovskih institucija, zajedno sa onim međunarodnim, u izradi normi i regulisanju građe zaštite potrošača.

Inače, ova veoma važna oblast za svakog građanina Kosova trenutno je regulisana sa više od 30 zakona (uključujući i druge podzakonske akte). Pravni akti koji regulišu ovu građu biće detaljnije razrađeni u sledećem predstavljanju ovog programa.

Regulisanje pravne oblasti zaštite potrošača na Kosovu u vezi sa trgovinskim razmenama započelo je tek 2004. godine, odnosno pod privremenom upravom UNMIK-a, kroz Zakon 2004/17 o zaštiti potrošača, zasnivajući se na:

1. Uredbi br. 2001/9, od 15. maja 2001. godine, o Ustavnom okviru za privremenu samoupravu na Kosovu (Poglavlje 5.1 (c), 5.7, 9.1, 9.3.3, 11.2),
2. Uredbi br. 1999/1, od 25. juna 1999. godine, o ovlašćenju Privremene misije UN-a na Kosovu, izmenjenom i dopunjenom Uredbom UNMIK-a br. 1999/24, od 12. decembra 1999. godine, o zakonu koji se primenjuje na Kosovu, u cilju zaštite potrošača na slobodnom tržištu na Kosovu.

Izmena i dopuna Zakona 2004/17 je izvršena 2009. godine (Zakon br. 03 / L-131), u vreme kada je zaštita potrošača još uvek bila kancelarija/deo Departmana za trgovinu u Ministarstvu trgovine i industrije. Glavna svrha ove promene bila je osnivanje Saveta za zaštitu potrošača.

Daljim izmenama Zakona 2004/17, kroz Zakon 04 / L-121 tokom 2012. godine, poznato je da je predviđeno niz izmena i dopuna, posebno u vezi sa obavezama prodavca, odnosno proizvođača i dobavljača, trenutni zakon dotiče nove konkretne oblasti, pored prava potrošača, kao što su: prodaja na akcijama, sniženje cena, prodaja na otvorenim pijacama i roba sa nedostacima; javne službe; plaćanje; ugovori; finansijske usluge; nepravilni uslovi; trgovačke prakse; reklamiranje; kupovina preko interneta; informisanje i obrazovanje; rešavanje sporova i kolektivna zaštita.

Ako posmatramo i analiziramo stanje zaštite potrošača u pogledu zakonodavne infrastrukture, s obzirom na sve dimenzije, čak i relativno kratko vreme i izuzetno teške okolnosti tranzicije i konsolidacije, možemo zaključiti da je ova infrastruktura poslužila kao dobra osnova za dalje poboljšanje situacije zaštite položaja i ustavnih i zakonskih prava građanina Kosova, shodno tome i potrošača, kroz važeći zakon 06 / L-034 odobren 2018. godine.

Trenutni zakon na snazi (06 / L-034) dalje reguliše ovu oblast zajedno sa dva glavna stuba, kao što su usklađivanje sa važećim zakonodavstvom EU-a, kao i nacionalnim zakonima koji se odnose na zaštitu potrošača, posebno sa onim tržišnog inspektorata, odnosno u vezi sa razmatranjem žalbi. Ostale važne dopune Zakona 06 / L-034 odnose se na Savet za zaštitu potrošača, i to: povećanje broja članova Saveta za zaštitu potrošača iz različitih oblasti javnih institucija i nezavisnih stručnjaka iz civilnog društva; sastanci Saveta predviđeni su na dvomesečnoj osnovi, dok se izveštavanje Saveta vrši na godišnjoj osnovi.

Usklađivanje sa trenutnim zakonodavstvom EU-a, između ostalog, glavni prioritet je imalo sve (trenutne) direktive koje regulišu oblast zaštite potrošača u EU-u u vezi sa trgovinskim odnosima, kao i na kojima se zasniva važeći Zakon o zaštiti potrošača, poput:

1. 97/7 / EZ o zaštiti potrošača u vezi sa ugovorima na daljinu;
1. 98/6/EZ o zaštiti potrošača u pokazateljima cena proizvoda koji se nude potrošačima;
2. 98/27/EZ za naloge o zaštiti interesa potrošača;
3. 1999/44/EZ o pojedinim posebnim aspektima koji se odnose na prodaju robe široke potrošnje i pratećih garancija;
4. 2002/65/EZ o marketingu na daljinu usluga prema potrošačima;
5. 2005/29/EZ o nepravednim komercijalnim praksama preduzeća prema potrošaču na unutrašnjem tržištu;
6. 2006/114/EZ o obmanjujućim i uporedivim oglašavanjima;
7. 2008/48/ EZ o kreditnim ugovorima za potrošače;
8. 1999/34/ EZ, o usklađivanju zakona, uredbi i administrativnih odredbi država članica u vezi sa obavezama za oštećene proizvode;
9. 2011/83-EU „Direktiva o pravima potrošača“.

Zakonom o obligacionim odnosima (Ministarstvo pravde), kao i Zakonom o turizmu i turističkim uslugama (Ministarstvo trgovine i industrije), pokrivaju se i dve druge direktive EU-a koje regulišu oblast zaštite potrošača u odnosu na trgovačke odnose (ugovor i garancija), konkretno:

1. Direktiva o odgovornosti za oštećene proizvode – 85/374/EEZ
2. Direktiva o turističkim paketima (putovanja, odmora i putovanja) – 90/314/EEZ

Dalje, infrastruktura kvaliteta koja se odnosi na zaštitu potrošača na Kosovu sastoji se od niza zakona koji su direktno ili indirektno povezani sa sprovođenjem Zakona br. 06 / L-034 (2012) o zaštiti potrošača, kao što su:

1. Zakon o tehničkim zahtevima i ocenjivanju usaglašenosti;
2. Zakon o standardizaciji;
3. Zakon o metrologiji;
4. Zakon o unutrašnjoj trgovini;
5. Zakon o spoljnoj trgovini;
6. Zakon o opštoj sigurnosti proizvoda;
7. Zakon o turizmu;
8. Zakon o inspektoratu i nadzoru tržišta;
9. Zakon o zdravstvenoj inspekciji;
10. Zakon o sanitarnoj inspekciji;
11. Zakon o inspekciji obrazovanja;
12. Zakon o inspekciji građevinskih proizvoda;
13. Zakon o inspekciji životne sredine;
14. Zakon o hrani;
15. Zakon o poreskoj administraciji i postupci;
16. Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu;
17. Zakon o sprečavanju i suzbijanju zaraznih bolesti;
18. Zakon o zaštiti životne sredine;

19. Zakon o Centralnoj banci Kosova;
20. Zakon o Nezavisnoj komisiji za medije i prenos;
21. Zakon o kontroli duvana;
22. Zakon o integrisanom sprečavanju i kontroli zagađenja;
23. Zakon o obrazovanju u opštinama Republike Kosovo;
24. Zakon o drumskom transportu;
25. Zakon o civilnom vazduhoplovstvu;
26. Zakon o energetsom regulatoru;
27. Zakon o elektronskim komunikacijama;
28. Zakon o regulatoru voda i otpada;
29. Zakon o arbitraži; itd.

Alternativno rešavanje sporova (ARS)

Kada je reč o trenutnoj zakonodavnoj infrastrukturi na Kosovu uopšte, treba napomenuti činjenicu da je obavljen ogroman posao na adresiranju potpune primene prava potrošača. Međutim, vredi napomenuti da na Kosovo još uvek ne postoji kompletan sistem poznat pod nazivom „Alternativno rešavanje sporova“ (ARS) u pogledu zaštite potrošača, koji bi bio u skladu sa postojećim preporukama Evropske komisije.

ARS nudi bržu i jeftiniju alternativu naspram pravosudnog sistema, u slučajevima kada se sporovi ne mogu rešiti direktno između potrošača i preduzeća ili putem upravnog postupka (nadležnih inspektorata). Smatra se da dostupnost ARS-a dodatno jača poverenje i zaštitu potrošača.

ARS se obavezuje da će sporove rešavati bez podvrgavanja sudskim postupcima, kao putem arbitraže, posredovanja ili pregovora. Procedure ARS su obično jeftinije i brže. One se sve češće koriste u sporovima koji bi inače rezultirali parnicom, uključujući i sporove o ličnim povredama.

Jedan od glavnih razloga zašto stranke mogu poželjeti procedure ARS-a je zato što su, za razliku od parnica u sudovima, procedure ARS-a često saradljivije i omogućavaju strankama da razumeju stavove drugih. ARS takođe omogućava strankama da pronađu kreativnija rešenja o kojima sud možda neće imati zakonsku priliku da odluči.

Cilj je putem ARS-a, postići veći nivo zaštite potrošača doprinoseći na taj način pravilnom funkcionisanju unutrašnjeg tržišta, obezbeđujući da potrošači mogu dobrovoljno da ulažu žalbe protiv trgovaca pravnim subjektima koji su nepristrasni, istovremeno pružaju nezavisnost, alternativne, transparentne, efikasne, brze i pravilne procedure za rešavanje sporova. Ovaj koncept ne dovodi u pitanje nacionalno zakonodavstvo koje obavezuje učešće u takvim procedurama, pod uslovom da takvo zakonodavstvo ne sprečava stranke da ostvare svoja prava na pristup pravosudnom sistemu.

Uprkos činjenici da do sada na Kosovu nikada nije korišćeno alternativno rešavanje sporova između potrošača i trgovaca, proces posredovanja ima dužu tradiciju na Kosovu, s obzirom da je

primenjen tokom istorije u zakonskom pravu. Glavna razlika je u ulozi posrednika, koji je tradicionalno imao autoritet nad strankama, dok su posrednici praćeni od stranaka.

Za razliku od tradicionalnog, moderno posredovanje je usredsređeno na regulisanje budućnosti između stranaka, a ne prošlosti, koja se može tretirati samo na nivou koji služi za regulisanje budućnosti. Dakle, moderno posredovanje na Kosovu je regulisano Zakonom o posredovanju br. 03 / L-057, koji definiše osnovne granice procedura posredovanja na Kosovu. Glavne smernice zakona definišu posredovanje kao zvanični mehanizam za alternativno rešavanje sporova na Kosovu, gde se ujednom definiše telo na nivou države koje je odgovorno za praćenje razvoja i regulisanje pravilnog funkcionisanja posredovanja (Odbor za posredovanje).

Zvanični proces takvog posredovanja na Kosovu dozvoljen je da sprovede samo ovlašćeni posrednici, čija se imena pojavljuju na zvaničnoj veb stranici Ministarstva pravde. Nacionalnim posrednicima, putem podzakonskog akta, je dozvoljena obuka međunarodnih donatorskih organizacija kao što su USAID, UNDP i grupa NVO-a prisutnih širom zemlje koji su aktivni u oblasti posredovanja. Posrednike nakon obuke sertifikuje Nacionalni odbor za posredovanje.

Praktično, posredovanje u okviru sadašnjeg pravnog okvira na Kosovu započelo je 2011. godine, konkretno kada je kroz neke podzakonske akte koji regulišu oblast i pruža veća podrška međunarodnim organizacijama, ili tačnije kada su USAID, UNDP i Berlinski centar za integrativno posredovanje finansirali otvaranje centara za posredovanje u sedam centara na Kosovu, i to u Prištini, Prizrenu, Peći, Đakovici, Gnjilanu, Uroševcu i Mitrovici. Istovremeno, oni su organizovali obuku sa spoljnim stručnjacima koji su doveli do sertifikacije posrednika na Kosovu. USAID je podržao centre za posredovanje u Peći, Gnjilanu i Prizrenu; UNDP u Prištini, Uroševcu i Gnjilanu; a CSSP u Mitrovici.

Posrednici za svoje aktivnosti dobijaju naknade, koje plaćaju stranke kada se dobrovoljno obraćaju posredovanju, dok, kada slučajeve upućuju sudovi i tužioci, naknade posrednika pokrivaju ove institucije. Pored toga, u Prištini postoji telo za koordinaciju posredovanja koje koordinira ukupan rad svih regionalnih centara za posredovanje na Kosovu. Predmeti kojima se bavi ova struktura organizacije su različite prirode i upućuju ih sudovi, tužilaštvo ili kada se stranke obraćaju ovim centrima.

Druga aktivna institucija u oblasti posredovanja je NVO „Partnerët e Kosovës“ (centar za upravljanje sukobima), sa dugogodišnjim iskustvom u posredovanju. Usluge se odnose na porodična posredovanja, imovinu, posao, krvnu osvetu ili druge sporove. Centar predviđa malu naknadu za profesionalno posredovanje u sporovima. Ova organizacija je delimično uključena u nezvanične (neformalne) procese posredovanja između stranaka. „Partnerët e Kosovës“ je član Partnerske mreže za demokratske promene i takođe član Foruma za posredovanje u jugoistočnoj Evropi, ujednom Međunarodno licencirani centar za posredovanje na Kosovu.

Arbitražu, u okviru alternativnog rešavanja sporova na Kosovu, ponovo uglavnom podržava USAID. Dve arbitražne institucije u okviru privrednih komora podržava USAID: Stalni arbitražni sud Kosova (u okviru Privredne komore Kosova) i Arbitražni centar koji deluje u okviru Centra za alternativno rešavanje sporova (u okviru Američke privredne Komore).

Obe ove institucije se bave komercijalnim pitanjima, kada im se strane dobrovoljno obrate ili putem stranaka kada imaju ugovorne klauzule, uspostavljaju arbitražne centre kao institucije za rešavanje svih mogućih sporova u budućnosti. Trenutno nije poznato da nijedan drugi zvanični arbitražni centar funkcioniše na Kosovu. Treba napomenuti da u okviru ovih institucija takođe služe strani i međunarodni arbitri, kao i da ovi arbitražni centri imaju sporazume sa raznim državama i međunarodnim organizacijama. Stranke koje koriste usluge ovih centara plaćaju određene naknade po arbitražnoj sesiji, kao i zavise od monetarne procene sporova između stranaka.

Ako vršimo procenu arbitraže na Kosovu, možemo primetiti da ona ima istoriju primene i da je evoluirala tokom vremena, dok je kao institucija osnovana posle 2008. godine. Glavni razlog za to je navodno slaba svest strana u arbitraži i niska sudska inicijativa za upućivanje arbitraže na veći broj predmeta, uprkos činjenici da većinu arbitražnih predmeta koje dokazuje Ministarstvo pravde upućuju sudovi i tužioci. Stoga se nivo upućivanja smatra niskim, s obzirom na činjenicu da su kosovski pravosudni sistem i sudovi preopterećeni predmetima.

Ministarstvo trgovine i industrije (Departman za zaštitu potrošača) je telo odgovorno za izradu pravnog okvira u oblasti alternativnog rešavanja sporova za potrošače, na osnovu prioriteta Vlade Kosova, odnosno Odobrenog vladinog programa za zaštitu potrošača (2016-2020), kao i svrhe rešavanja praktičnih problema koji se javljaju, istovremeno pružajući jednostavna, brza i jeftina vansudska rešenja za sporove između potrošača i trgovaca.

Dana 7. septembra 2020. godine, protokolom broj 5974, Generalni sekretar MTI-a je formirao radnu grupu za izradu početnog koncepta dokumenta u oblasti alternativnih rešenja za potrošače. Ovaj koncept dokument je takođe uključen na spisku koncept dokumenata za 2020. godinu.

Svrha ovog koncept dokumenta je bila da predloži najadekvatniju opciju za rešavanje glavnog problema koji je identifikovala radna grupa, problema koji stvara poteškoće u slobodnom funkcionisanju tržišta i zaštiti potrošača. Transponovanjem Direktive 2013/11 EU (Direktiva o ARS-u za potrošače), kao i Uredbe (EU) br. 524/2013 (Uredba o potrošačima u elektronskim razmenama), krajnji cilj je postizanje višeg nivoa zaštite potrošača, dok istovremeno doprinosi pravilnom funkcionisanju unutrašnjeg tržišta, obezbeđujući da potrošači mogu na dobrovoljnoj osnovi, podneti žalbe protiv trgovaca subjektima koji pružaju nezavisnost, nepristrasnost, alternativne, transparentne, efikasne, brze i pravične procedure za rešavanje sporova.

Usklađivanje ove direktive i uredbe EU-a ne dovodi u pitanje domaće zakonodavstvo, što čini učešće u takvim postupcima obaveznim, pod uslovom da takvo zakonodavstvo ne sprečava strane u ostvarivanju njihovih prava na pristup pravosudnom sistemu.

Na osnovu nalaza izdatih od nadležnih organa Ministarstva pravde tokom 2020. godine (konkretno tokom procesa izrade koncept dokumenta za ARS), odlučeno je da ova nadležnost, odnosno izdavanje normativnih akata vezanih za ARS, pripada Ministarstvu pravde.

Poglavlje III

3. INSTITUCIONALNI OKVIR, ODGOVORNOSTI I PRIORITETI

3.1. Skupština, vlada i Ministarstvo trgovine i industrije (MTI)

Prema Ustavu Republike Kosova, Skupština je zakonodavna institucija birana neposredno od strane naroda. Skupština u isto vreme nadgleda rad vlade i drugih javnih institucija koje po Ustavu i zakonima izveštavaju Skupštini.

Ministarstvo trgovine i industrije je nadležni organ vlade Kosova koji reguliše organizaciju i funkcionisanje strukture odgovorne za zaštitu potrošača. Ministarstvo trgovine i industrije izradilo je Pravilnik br. 29/2012 o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta u Ministarstvu trgovine i industrije, koje je osnovalo Departman za zaštitu potrošača. Među glavnim ciljevima Ministarstva trgovine i industrije u stvaranju istinskih politika zaštite potrošača su:

- Izrada programa, odnosno strategija za zaštitu potrošača, gde je kao rezultat nedavno izrađen Program za zaštitu potrošača 2016-2020.
- Usklađivanje domaćeg zakonodavstva sa evropskim zakonodavstvom, počev od Zakona o zaštiti potrošača, zatim drugih zakona koji na jedan ili drugi način regulišu oblast zaštite potrošača;
- Podizanje svesti potrošača o njihovim pravima;
- Uspostavljanje efikasnog administrativnog okvira u saradnji sa udruženjima za zaštitu potrošača za rešavanje različitih pitanja u vezi sa zaštitom potrošača, kao što su prijem žalbi, njihovo adresiranje i savetovanje potrošača.

3.2. Departman za zaštitu potrošača

Departman za zaštitu potrošača, pod okriljem Ministarstva trgovine i industrije, snosi odgovornost za koordinaciju rada između zainteresovanih strana, uglavnom u četiri glavne oblasti/odgovornosti:

- Koordinacija politika putem Saveta, odnosno „Programa za zaštitu potrošača“;
- Izrada i sprovođenje primarnog i sekundarnog zakonodavstva u oblasti zaštite potrošača;
- Informativna kampanja za podizanje svesti potrošača o njihovim pravima;
- Administriranje žalbi, kao koordinaciono telo između potrošača i izvršnih tela relevantnih Zakona o zaštiti potrošača (nadležnih inspekcija).

Pozivajući se na Uredbu 09/2012 (o reorganizaciji i sistematizaciji radnih predmeta u MTI-u), odnosno na važeći Zakon o zaštiti potrošača 06/L-34, glavni nosilac za izradu politika i zakona za zaštitu potrošača na Kosovu je Departman za zaštitu potrošača u okviru Ministarstva trgovine i industrije, odnosno, pozivajući se uglavnom na preporuke koje proizlaze iz „Programa Saveta za zaštitu potrošača“, gde se tvrdi da uključuje sve preporuke zainteresovanih strana.

3.3. Vladine strategije

Glavni cilj politike za zaštitu potrošača vlade Kosova je poboljšanje stanja u oblasti zaštite potrošača, kao preduslov za slobodno funkcionisanje tržišta, zaštitu potrošača i omogućavanje poštene konkurencije. Kroz unapređivanje zakonskog okvira, cilj je postizanje veće usklađenosti sa standardima i praksom Evropske unije. Ova politika doprinosi ispunjavanju prioriteta ekonomskih i institucionalnih reformi koje proizilaze iz strateških dokumenata, odnosno povezivanja sa relevantnim dokumentima, kao što su:

DPSP (Dijalog o procesu stabilizacije i pridruživanja - mart 2012.godine) – Tokom poslednjih godina odnosi između Republike Kosovo i Evropske unije neprekidno su se poboljšavali, što se ogleda u Dijalogu redovnog procesa stabilizacije i pridruživanja (DPSP), koji funkcioniše od 2005. godine, a čiji je cilj da ostvari perspektivu zemlje za članstvo u EU. Preporuke (izazovi) Evropske komisije, pozivajući se na poslednji izveštaj (mart 2015. godine), DPSP za Departman za zaštitu potrošača, između ostalog, utvrdile su da se izradi Program za zaštitu prava potrošača za period 2021-2025 (K4-2020).

SSP (Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju) – U svom obliku kao nastavak DPSP-a, SSP odražava uspešno okončanje pregovora između Kosova i EU-a kroz ovaj sporazum završen u maju 2014. godine, odnosno u julu 2014. godine, njenin parafiranjem od strane glavnih pregovarača. Ratifikacija SSP-a od strane institucija EU-a i zaključivanje/potpisivanje od strane vlasti Kosova i EU-a dogodile su se 2015. godine. Pozivajući se na ovaj sporazum, direktno ili indirektno, u ovom slučaju pominjemo:

Član 1. sporazuma –prvenstveno polazeći od opštih ciljeva samog sporazuma. Zatim, na specifičan način i u poglavlju IV sporazuma („Usklađivanje zakona Kosova sa *acquis-om* EU-a, sprovođenje zakona i pravila konkurencije“), konkretno zatim član 81, koji izričito pominje zaštitu potrošača, na osnovu sledećih principa: aktivna politika za zaštitu potrošača, u skladu sa pravom EU-a, uključujući povećane informacije i razvoj nezavisnih organizacija na Kosovu; usklađivanje zakonodavstva o zaštiti potrošača na Kosovu sa postojećim u EU-u; efikasna zakonska zaštita potrošača u cilju poboljšanja kvaliteta robe široke potrošnje i održavanja odgovarajućih bezbednosnih standarda; praćenje pravila od strane nadležnih autoriteta i obezbeđivanje pristupa odgovarajućoj zakonskoj naknadi u slučaju sporova; razmena informacija o opasnim proizvodima.

Nacionalni plan za usklađivanje Acquis-a – Sprovođenje SSP-a zahteva sveobuhvatnije reforme ekonomskog i političkog sistema u Republici Kosovo. Ove reforme i usklađivanje domaćeg zakonodavstva sa Acquis-om EU-a zahtevaće posvećenost svih institucija na Kosovu. Proces ispunjavanja obaveza za prilagođavanje uslovima za članstvo ili udruživanje od početka će biti povezan sa postupkom prilagođavanja opšteg sistema kriterijumima za punopravno članstvo. Da bi se postigao ovaj cilj, neophodno je razviti sveukupni nacionalni strateški okvir za integraciju u EU, kako bi se postepeno postizalo usklađivanje sa EU-om na svim nivoima. S tim u vezi, vlada Kosova je pripremila Nacionalni program Republike Kosovo za usvajanje Acquis-a Evropske unije (NPAA). Predviđa se da će njegov opseg biti mnogo širi od dosadašnjih vladinih

strateških dokumenata. NPUA je zamišljen kao sveobuhvatan i vodeći dokument vlade Republike Kosovo u njenom evropskom procesu članstva, počev od primene SSP-a, i nastavlja se sa ciljem podnošenja zahteva za status kandidata, sve do konačnog članstva zemlje u EU. Sam NPUA sadrži posebno poglavlje koje se odnosi na aspekt zaštite potrošača, konkretnije, poglavlje 28: Zaštita potrošača i zdravlja. Dana 23.07.2015. godine održan je sledeći sastanak za izradu NPUA -a, gde su ovom prilikom otkriveni ciljevi u vezi sa usvajanjem Acquis-a EU-a o pravima potrošača, odnosno upotpunjavanje kosovskog zakonodavstva u skladu sa Evropskim direktivama u vezi sa zaštitom potrošača.

Program za zaštitu potrošača – Program za zaštitu potrošača, koji je prošao postupak usvajanja (period 2016 – 2020. godine), predvideo je efikasno sprovođenje zakonodavstva, odnosno prenošenje svih evropskih direktiva o zaštiti potrošača.

Tabela: Relevantni ciljevi vlade za zaštitu potrošača

Cilj politike	Naziv relevantnog dokumenta planiranja (izvor)
Strateški - Dalji razvoj zaštite potrošača i infrastrukture kvaliteta	<i>Program za zaštitu potrošača 2016 - 2020 SSP, NPUA, GPRV, NPSSSP Strategija za razvoj privatnog sektora 2019-2021</i>
Specifični - Približavanje zakonodavstva Kosova sa zakonodavstvom EU-a u oblasti zaštite potrošača.	<i>Program za zaštitu potrošača 2016 - 2020 SSP, NPUA, GPRV, NPSSSP</i>
Specifični - Izgradnja kapaciteta u oblasti zaštite potrošača.	<i>Program za zaštitu potrošača 2016 - 2020 SSP, NPUA, GPRV, NPSSSP</i>
Specifični - Podizanje svesti o zaštiti potrošača i infrastrukturi kvaliteta.	<i>Program za zaštitu potrošača 2016 - 2020 SSP, NPUA, GPRV, NPSSSP Strategija za razvoj privatnog sektora 2019-2021</i>

3.4. Ostale institucionalne odgovornosti

Pored izrade politika i stvaranja zakonske osnove, ostale institucionalne odgovornosti, između ostalog, su:

1. **Informisanje i edukacija potrošača** – U okviru aktivnosti informisanja i edukacije potrošača poznato je da su preduzete različite akcije (uglavnom u nastavku aktivnosti Departmana za zaštitu potrošača), bilo kroz kampanje podizanja svesti, kao i putem javne komunikacije. Svakako, s obzirom na sve obaveze i aktivnosti, od kojih su mnoge predstavljene u nastavku, tvrdi se da će u budućnosti koordinacija između institucija biti jača, tako da se zaštita potrošača razvija paralelno u svim mogućim sferama.
2. **Aktivnosti informisanja i edukacije** – Ako zaštitu potrošača posmatramo kao multidisciplinarnu oblast koja uključuje širok spektar oblasti, onda možemo zaključiti da je broj aktivnosti sprovedenih u ovom pravcu mogao biti veći. Međutim, kada je u pitanju oblast informisanja, poznato je da je Departman za zaštitu potrošača uključen u brojne aktivnosti, kao što su:
 - Redovna godišnja organizacija Nedelje potrošača, uvek u saradnji sa drugim relevantnim telima vezanim za zaštitu potrošača, kao što su; Državni inspektorati; Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije (RAEPK); Regulatorni ured za energiju, Kancelarija regulatora za vodu i otpad, Centralna banka Kosova (CBK), Agencija za hranu i veterinu (AHV), kao i organizacije civilnog društva koje se bave zaštitom potrošača;
 - Učešće u raznim televizijskim debatama;
 - Stvaranje televizijskih reklamnih spotova i njihovo emitovanje na nacionalnim televizijama;
 - Emitovanje informativnih poruka koje se odnose na prava potrošača putem različitih radio stanica;
 - Prosleđivanje informativnog SMS-a svim potrošačima na Kosovu;
 - Organizovanje okruglih stolova u vezi sa aktuelnim događajima.

Što se tiče edukacije potrošača, iako u malom broju zaposlenih, Departman za zaštitu potrošača uspeo je da realizuje aktivnosti kao što su:

- Organizovanje predavanja u osnovnim, srednjim školama i univerzitetima, u glavnim centrima Kosova;
- Organizovanje javnih debata u opštinama, uključujući sve etničke pripadnosti na Kosovu.

Jedan od najefikasnijih načina za podizanje svesti i kontinuirano informisanje potrošača je javna komunikacija. S tim u vezi, poslednjih godina, javne institucije uopšte su pokušale da sprovedu efikasnije pristupe u pogledu komunikacije sa javnošću. Komunikacija sa javnošću na Kosovu danas se ostvaruje putem različitih metoda, najčešći su poznati materijali ili brošure, kao i putem elektronskih medija, sredstvo koji već zauzima važno mesto u postizanju ciljeva u pogledu komunikacije sa potrošačem.

Kroz promotivne materijale obično se želi preneti određenu poruku ili informaciju potrošačima. S tim u vezi, Departman za zaštitu potrošača tokom ovog petogodišnjeg perioda odštampao je i distribuirao stotine hiljada letaka, brošura, svesaka i olovaka. Takođe, poznato je da su plakati različitih oblika i veličina osmišljeni i štampani u vezi sa zaštitom potrošača, ne štedeći njihovo izloženje u svim glavnim centrima na Kosovu.

Pored toga što je poznato da je na internet stranici objavio razne informacije o brošurama, Departman za zaštitu potrošača je na službenoj internet stranici postavio i neprehrambene proizvode klasifikovane kao opasne za upotrebu potrošača, gde putem *Facebook-a*, između ostalog, Departman takođe komunicira sa potrošačima ako eventualno zatraže savet ili moraju da izraze bilo kakvu zabrinutost/žalbu radi podnošenja.

U pogledu elektronskih publikacija, inspekcije, regulatori i svi drugi autoriteti nadležni za zaštitu potrošača takođe su objavljivali informacije, kako u pogledu bezbednosti proizvoda, tako i u pogledu usluga koje se pružaju potrošačima.

3.5. Rešavanje problema - Žalbe potrošača

U vezi sa rešavanjem žalbi potrošača (u slučajevima kada tvrde da su im povređena prava), preko Departmana za zaštitu potrošača, od izrade programa (period 2016-2020) pa nadalje, primanje žalbi i komunikacija sa potrošačima se tvrdi da su znatno unapređeni. Prvenstveno spominjemo činjenicu da, dok je 2016. godini putem Departmana za zaštitu potrošača rešeno ukupno 197 žalbi, u 2020. godine ovaj broj se povećao pet puta, ili je došlo do povećanja od oko 500% (dakle, tokom 2020. godine rešeno je oko 1000 žalbi). To se dogodilo uglavnom kao rezultat rada u ovom departmanu. Konkretnije:

1. Prvenstveno su svi potrošači morali fizički da se prijave Ministarstvu trgovine i industrije da bi podneli žalbe. Iako se danas preko 90% žalbi i konsultacija sprovodi putem elektronske platforme (internet stranice Departmana za zaštitu potrošača);
2. Od 2009. do 2013. godine pozive su mogli da obavljaju samo plaćeni operateri, ali kako bi se potrošaču dodatno olakšao način podnošenja žalbi, u početku je funkcionizovao besplatni broj za potrošače, koji žele da podnesu žalbu putem svih telefonskih operatera;
3. Skoro svake godine (od 2015. godine) oko 900.000 korisnika telefonskog operatera „Vala“ obaveštava se putem telefonskih poruka koje mogu imati besplatan pristup broju 0800-11000, gde se mogu savetovati o svojim pravima kao kupci, dok je u 2016. godini još 450.000 potrošača IPKO operatera takođe bilo obavešteno putem telefonskih poruka, gde mogu da reše svoje probleme ako se suoče sa bilo kakvim povredama prava potrošača u svim oblastima u kojima mogu da nailaze. Tako su sprovedene masovne kampanje za informisanje potrošača u vezi s tim;
4. Tokom petogodišnjeg perioda, poznato je da je hiljade telefonskih poziva primljeno od Departmana za zaštitu potrošača, a poznato je da je ukupno obrađeno preko 3000 žalbi;

5. Poboljšana je baza podataka za klasifikaciju žalbi prema oblastima, gde se lako može ostvariti njihova kategorizacija;
6. Još od 2015. godine, putem nove elektronske platforme, potrošačima je omogućeno da se žale online (elektronski obrazac) putem službene internet stranice Departmana za zaštitu potrošača. Ista (internet stranica) je dva puta (2017. i 2019. godine) podvrgnuta poboljšanju radi lakšeg i direktnog pristupa potrošača, prvo Departmanu za zaštitu potrošača;
7. Od 2014. godine, žalbe se primaju i putem društvene mreže *Facebook*, službenog računa za zaštitu potrošača;
8. Tretiranje žalbi kod nadležnih organa (inspektorata) je dodatno konsolidovano. S tim u vezi, sve žalbe primljene u departmanu prosleđuju se nadležnim organima na njihovo razmatranje;
9. Zahvaljujući konstantnim sastancima i komunikaciji između relevantnih organa, uspostavljen je vrlo efikasan mehanizam u vezi sa razmenom informacija o žalbama potrošača;
10. Generalno je poznato da je postignut značajan napredak u pogledu pristupa potrošača nadležnim organima za zaštitu potrošača, odnosno rešavanja njihovih problema u odnosu na pružaoce proizvoda i usluga.

3.6. Savet i Program za zaštitu potrošača

Rad Saveta za zaštitu potrošača je javan i između ostalog, takođe je određen u okviru Zakona o zaštiti potrošača, gde se takođe naglašava da on:

- Predstavlja savetodavni organ u vezi sa politikama za zaštitu potrošača;
- Posедуje sekretarijat koji obavlja tehničke poslove za Savet;
- Funkcioniše na osnovu Pravilnika o radu, kojeg izrađuje Savet;
- Izrađuje i Program za zaštitu potrošača i izveštava ministru MTI-a o sprovođenju Programa za zaštitu potrošača, podržava izmene u zakonodavstvu i postojeće uredbe;
- Učestvuje u stvaranju politike za zaštitu potrošača kao i izveštava vladi Kosova o slučajevima kolektivnih kršenja prava potrošača;
- Dostavlja godišnji izveštaj vladi Kosova preko ministra MTI-a.

Vlada Republike Kosovo, na predlog ministra MTI-a, imenuje članove Saveta za zaštitu potrošača. Savet za zaštitu potrošača, preko Ministarstva trgovine i industrije, podnosi godišnji izveštaj vladi Kosova. Takođe, na predlog ministra, vlada odobrava Program za zaštitu potrošača.

U okviru gore navedenih okvira, Savet za zaštitu potrošača je važan instrument za regulisanje tržišta, zaštitu potrošača. Trenutno Savet za zaštitu potrošača predstavlja sedamnaest članova koje imenuje vlada, a njima predsedava predstavnik MTI-a, sa petogodišnjim mandatom, konkretnije:

1. Predstavnik Departmana za zaštitu potrošača - MTI (istovremeno predsedavajući Saveta);
2. Predstavnik Inspektorata tržišta - MTI;
3. Predstavnik NVO – a ‘LENS’;
4. Predstavnik Udruženja (NVO) „Konsumatori“;
5. Predstavnik Privredne komore Kosova (udruženje biznisa);
6. Predstavnik Kosovskog saveza biznisa (udruženja biznisa);
7. Predstavnik Agencije za hranu i veterinu;
8. Predstavnik Centralne banke Kosova;
9. Predstavnik Regulatornog autoriteta za vodu i otpad;
10. Predstavnik Regulatornog ureda za energiju;
11. Predstavnik Regulatornog autoriteta za elektronske i poštanske komunikacije;
12. Predstavnik Nezavisne komisije za medije;
13. Predstavnik „NVO – MTS D.O.O“;
14. Predstavnik Nacionalnog instituta za javno zdravlje Kosova;
15. Predstavnik „NVO -a Lëvizja Fol“
16. Predstavnik „Kallxo.com“ (organizacija za prijavljivanje povreda i korupcije)
17. Predstavnik organizacije „GAP“ (organizacija za istraživanje vladinih povreda)

Savet za zaštitu potrošača održava redovne dvomesečne sastanke, na kojima se razgovara o temama u vezi sa sprovođenjem Programa za zaštitu potrošača, aktuelnostima što se tiče tržišta na Kosovu kao i negativnim pojavama sa kojima se potrošači suočavaju.

3.7. Sprovođenje Programa za zaštitu potrošača 2016-2020

Glavna odgovornost Saveta za zaštitu potrošača je da izradi i nadgleda Program za zaštitu potrošača. Vizija programa 2016-2020 Saveta za zaštitu potrošača bila je „osnaživanje potrošača“, sa idejom jačanja poverenja u pošteno i konkurentno tržište, na kojem oni (potrošači) aktivno učestvuju, ostvarujući svoja prava i moć dobro-informisanog rešavanja.

Glavne politike programa 2016-2020 tretirane su u kontekstu „daljeg razvoja zaštite potrošača“, u sledećem kontekstu:

1. Dalje usklađivanje zakonodavstva
2. Jačanje i dalji razvoj administrativnih kapaciteta
3. Informisanje i obrazovanje potrošača - Svest građanina potrošača, kao zakonsko-pravna obaveza, institucionalna, službena, profesionalna i etička, u zajedničkoj realizaciji projekata.

Što se tiče prvog cilja (1. Dalje usklađivanje zakonodavstva), sprovođenje Programa za zaštitu potrošača 2016-2020 je postignuto u značajnoj meri.

Što se tiče ciljeva daljeg usklađivanja zakonodavstva, koje je postavio Departman za zaštitu potrošača, oni su precizno postignuti i to se smatra velikim dostignućem. Prvi razlog za izradu Nacrta zakona (važeći Zakon o zaštiti potrošača - 06/L-34) je adresiranje potrebe za usklađivanjem postojećeg zakona o zaštiti potrošača sa zakonodavstvom EU-a, u skladu sa zahtevima Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju - Plan za sprovođenje ovog sporazuma. Sa usklađivanjem Zakona sa ovim direktivama, smatra se da su ispunjeni svi zahtevi SSP-a, tako da smo na istom nivou sa evropskim i međunarodnim organizacijama u pogledu zaštite potrošača. S tim u vezi, ovaj nacrt zakona je u skladu sa sledećim zakonskim aktima EU-a:

1. Nepravilni uslovi u ugovoru (Direktiva 93/13);
2. Pokazatelji cena o ponuđenim proizvodima (Direktiva 96/6);
3. Prodaja robe široke potrošnje i srodnih garancija (Direktiva 1999/44);
4. Trgovanje finansijskim uslugama na daljinu (Direktiva 2002/65);
5. Nepravilne komercijalne prakse (Direktiva 2005/29);
6. Sporazumi o potrošačkim kreditima (Direktiva 2008/48);
7. Trajanje korišćenja odmora sa rokom, proizvoda dugotrajnog odmora, preprodaje i razmene (Direktiva 2008/122);
8. Privremene sudske mere za zaštitu interesa potrošača (Direktiva 2009/22);
9. Prava potrošača u vezi sa ugovorima (Direktiva 2011/83).

Dalje, na osnovu važećeg Zakona o zaštiti potrošača br. 06/L-34, predviđeno je ukupno 13 Administrativnih uputstava, od kojih su objedinjena, odnosno izrađena i usvojena i odobrena sva ova Administrativna uputstva koja su u nadležnosti Departmana za zaštitu potrošača, predviđena ovim zakonom, posebno 6 Administrativnih uputstava, odnosno:

1. Prava potrošača - prema članovima 39, 44 i 48;
2. Potrošački krediti - prema članu 86;
3. Dugoročni proizvodi - prema članovima 104 i 108;
4. Rešavanje žalbi - prema članu 117;
5. Kolektivna zaštita - prema članu 127;
6. Izrada logotipa za zaštitu potrošača - član 137.

U odnosu na zakone i direktive za jačanje nadležnosti MTI-a (uglavnom komponenti infrastrukture kvaliteta), kao Agencije za standardizaciju, akreditaciju i metrologiju, kao i Departmana za trgovinu, industriju i regulisanje tržišta nafte, trenutno (prema predviđanju) su realizovani /nisu realizovani:

1. Agencija za standardizaciju - Nije realizovan: Zakon o izmeni i dopuni Zakona br. 03/L-144 o standardizaciji;
2. Agencija za metrologiju - Realizovana je Uredba o mernim instrumentima; Uredba o neautomatskim instrumentima za merenje (NAWI);
3. Direkcija za akreditaciju - Izrađen je novi zakon o akreditaciji;

4. Departman za trgovinu – Realizovani su: Zakon o antidampingu; Zakon o zaštitnim merama; Zakon o uvozu za spoljnu trgovinu;
5. Departman za industriju - Realizovane su: vladino AU o ovlašćenju tela za ocenjivanje usaglašenosti; Vladino AU o priznavanju stranih dokumenata za usaglašenost; Uredba o niskonaponskoj opremi; Uredba o elektromagnetnoj kompatibilnosti; Uredba o bezbednosti liftova; Uredba o gasnim aparatima.
6. Departman za regulisanje tržišta nafte i strateške robe - Nisu realizovani: Nacrt zakona o trgovini naftom, naftnih derivata i obnovljivih goriva; Administrativno uputstvo o dozvolama; Administrativno uputstvo o upotrebi goriva; Izmena i dopuna Administrativnog uputstva o gorivima; Sprovođenje Administrativnog uputstva o načinu ovlašćenja tela za ocenjivanje usaglašenosti.

Konačno, u odnosu na zakone i direktive relevantnih institucija, kako je predviđeno Programom 2016-2020, imamo sledeću situaciju:

1. Agencija za hranu i veterinu - Realizovano je: Potpuno funkcionisanje svih regionalnih kancelarija i integracija opštinskih inspektora u AHV, za sigurnost i kvalitet hrane, u cilju efikasnije koordinacije rada; Proširenje obima akreditacije Laboratorije za hranu i veterinu koja deluje u okviru AHV-a, moguće i sa međunarodnom akreditacijom.
2. Autoritet za hranu i veterinu - Realizovano je: Izmena i dopuna Zakona o hrani br. 03/L-016; Izmena-dopuna Zakona o veterinarstvu br. 2004/11; Izrada podzakonskih akata koji proizilaze iz Zakona o hrani i propisa Higijenskog paketa, koji se bave sigurnošću i kvalitetom hrane, deklaracijom, prezentacijom i hranljivim vrednostima hrane.
3. Ministarstvo obrazovanja - Nije realizovano: Izrada uputstava za nastavnike u vezi sa temom „Zaštita potrošača“; Izrada nastavnih programa za osnovne i srednje škole sa temom „Zaštita potrošača“;
4. Ministarstvo pravde - Izrada Građanskog zakonika Kosova (jedna od glavnih komponenti Građanskog zakonika je Zakon o obligacionim odnosima, koji reguliše aspekte garancije proizvoda za potrošače).
5. Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije – Realizovano je: Usvajanje Uredbe o sadržaju ugovora, objavljivanju informacija i zaštiti drugih interesa potrošača;
6. Regulatorni ured za energiju – Realizovano je: Pregled i moguća dopuna pravila za rešavanje žalbi i sporova u energetskom sektoru; Ponovno razmatranje standarda kvaliteta snabdevanja i usluga električnom energijom;
7. Regulatorna kancelarija za vodu i otpad - Realizovano je: Sprovođenje Zakona 03/L-086 o aktivnostima pružalaca usluga vodosnabdevanja, kanalizacije i odnošenja smeća; Izrada Uredbe o zaštiti potrošača; Ponovno razmatranje pravila za Savetodavni komitet potrošača; Ponovno razmatranje pravila Povelje potrošača; Ponovno razmatranje pravila za minimalne standarde pružalaca usluga vode; Osnivanje Departmana za zaštitu potrošača.
8. Centralna banka Kosova – Realizovano je: Pokretanje i doprinos reviziji i dopuni Zakona o bankama; Doprinos pripremi Zakona o mikrofinansijskim institucijama i nebankarskim finansijskim institucijama; Ponovno razmatranje i dopuna postupka za tretiranje žalbi; Doprinos reviziji i izmeni Zakona o osiguranjima; Pokretanje i doprinos reviziji i izmeni

Zakona o penzijskim fondovima; Ponovno razmatranje i dopuna propisa o penzijskim fondovima; Izrada propisa za zaštitu korisnika finansijskih usluga.

Kada je reč o drugom cilju programa 2016-2020, konkretnije „Jačanje i dalji razvoj administrativnih kapaciteta“, u prvom redu, predviđeno je proširenje Departmana za zaštitu potrošača, nekada Saveta za zaštitu potrošača. U odnosu na Departman za zaštitu potrošača, ovaj cilj nikada nije postignut, uglavnom zbog činjenice da se takva promena mogla izvršiti samo izmenom Uredbe 09/2012 o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta, na osnovu koje funkcioniše Ministarstvo trgovine i industrije. Sve ovo uprkos činjenici da je takva izmena Uredbe pokrenuta nekoliko puta, gde nikada nije nedostajao predlog DZP-a, uvek na osnovu usvojenog Programa vlade za zaštitu potrošača 2016-2020.

Što se tiče razvoja daljih administrativnih kapaciteta Saveta za zaštitu potrošača, možemo slobodno reći da je ovaj cilj postignut i preko predviđanja. Inače, Savet se trenutno sastoji od ukupno 18 članova, predstavnika glavnih strana zaštite potrošača iz javnih institucija i udruženja koja imaju uticaj u ovoj oblasti. Dakle, imamo ravnotežu između javnog sektora i NVO-a kao nikada ranije.

U odnosu na treći cilj programa 2016-2020, konkretnije „Informisanje i edukacija potrošača (svest građanina potrošača, kao pravna-zakonska, institucionalna, službena, profesionalna i etička obaveza, u zajedničkoj realizaciji projekata)“, razvijeno je niz aktivnosti, uvek i svake godine u zavisnosti od budžeta i kapaciteta.

Da bi se bolje razumelo koliko su ove aktivnosti bile uspešne, mogu se dobiti konkretne statistike samog Departmana. Na prvom mestu, počev od postepenog povećanja broja žalbi (porast za 500% žalbi u 2020. godini, u poređenju sa 2016. godinom). Štaviše, Departman za zaštitu potrošača (uglavnom podržano projektom EU-a „Slobodna trgovina robom“ pri MTI-u), tokom ovih godina sprovelo je dve ankete, konkretnije u 2018. godini, a zatim i u 2020. godini. Rezultati poslednje ankete predstavljeni su u Aneksu 1 ovog dokumenta.

U analizi sprovođenja Programa 2016-2020, navešćemo neke od glavnih razloga njegovog nepotpunog sprovođenja, kao što su:

- Nedostatak koordinacije u aktivnostima predviđenim programom;
- Nedostatak mernih mehanizama u kojoj se meri ovaj program sprovodi;
- Nedostatak finansijskih sredstava;
- Nedostatak potrebne koordinacije nadležnosti između centralne i lokalne vlasti.
- Nedostatak koordinacije aktivnosti sa civilnim društvom.

Nesprovođenje Programa 2016-2020, iz odgovarajućih razloga kao što je gore prikazano, bilo je i dalje je posledica nedostatka odgovarajuće koordinacije između relevantnih departmana, koje bi takođe trebalo da služi kao merna jedinica sprovođenja programa, ali i da doprinese stvarnim periodičnim izveštavanjima, kako je predviđeno.

3.8. Državni inspektorati i regulatori javnih službi

Nadležni inspektorati imaju ovlašćenje da inspektuju standarde trgovine roba i kvaliteta usluga koje pružaju ekonomski subjekti na teritoriji Republike Kosova, nadgledajući takođe rizike prema potrošaču.

Tržišna inspekcija (TI) u Republici Kosovo funkcioniše u okviru Ministarstva trgovine i industrije, koje je odgovorno za nadgledanje sprovođenja zakonodavstva u oblasti zaštite potrošača, sigurnosti proizvoda i usluga, naftom i naftnim derivatima, sprečava nepravedne prakse trgovine, borbe protiv neformalne ekonomije, ugostiteljskih i turističkih usluga itd. Osnovna svrha Tržišne inspekcije je da radi u skladu sa važećim zakonodavstvom, kako bi se pomoglo biznisima, organizacijama i potrošačima. Tržišna inspekcija, delatnost obavlja u skladu sa Zakonom br.04/L-186 o inspektoratu i nadzor tržišta i ima kancelariju u Ministarstvu trgovine i industrije, sa kancelarijama u svim opštinama Republike Kosova, gde je ukupno 120 tržišnih. Tržišna inspekcija je odgovorna za nadgledanje sprovođenja 15 zakona i više od 30 podzakonskih akata i direktiva i novog i globalnog pristupa Evropskoj uniji, prenetih od strane MTI-a.

Zbog nedostatka savetodavnih centara za potrošače, deo obaveza i odgovornosti Departmana za zaštitu potrošača predstavlja takođe direktno koordiniranje radova sa nadležnim autoritetima (Državnim inspektoratima za nadgledanje tržišta i Regulatorom za javne usluge, u odnosu na vrste i kategorije žalbi podnesene od strane potrošača). U tom pogledu, Departman za zaštitu potrošača je postigao da stvori redovne kontakte sa svim onim institucijama, odnosno sa inspeksijskim telima, koje se odnose na zaštitu prava potrošača. Ovom prilikom možemo pomenuti sledeće:

1. Tržišni inspektorat – uključujući i Metrologiju (Ministarstvo trgovine i industrije)
2. Inspektorat za hranu i veterinu (Agencija za hranu i veterinu);
3. Inspektorat za zdravstvo (Ministarstvo zdravstva);
4. Inspektorat za medicinske proizvode (Agencija za medicinske proizvode – Ministarstvo zdravstva);
5. Inspektorat za porez (Poreska administracija – Ministarstvo za finansije);
6. Inspektorat za transport (Ministarstvo infrastrukture);
7. Inspektorat za civilno vazduhoplovstvo (Autoritet/Departman za civilno vazduhoplovstvo – Ministarstvo Infrastrukture);
8. Inspektorat za životnu sredine (Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja);
9. Inspektorat obrazovanja (Departman za rad – Ministarstvo obrazovanja);
10. Nezavisna komisija za medije (Nezavisna institucija – izveštava Skupštini);
11. Centralna Banka Kosova (izveštava Skupštini);
12. Regulatorni ured za energiju;
13. Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije;
14. Autoritet za usluge vode;
15. Osnovni Sud - Odeljenje za ekonomska pitanja.

3.9. Udruženja za zaštitu potrošača

Udruženja za zaštitu potrošača su nestranačke, neprofitne i nevladine organizacije, koje su formirane sa ciljem pružanja pomoći građanima Kosova, u zaštiti prava i interesa potrošača. Na osnovu Zakona br 04/L-57 o slobodi udruživanja u nevladinim organizacijama, uređuje se način osnivanja, registracija, zakonski status kao i njihovo gašenje.

Postoje organizacije koje se bave pitanjima prava potrošača, neke od kojih, tokom 2016-2020. godine su postigle da realizuju neke važne projekte svesti naspram zaštite potrošača, kao kampanja podizanja svesti u obliku: televizijskih spotova, dokumentaraca za zaštitu potrošača, brošure, kao i organizovanje okruglih stolova o podizanju svesti na različitim temama i koje se odnose na zaštitu potrošača i realizaciju njihovih prava.

3.10. Organi na lokalnom nivou

U okviru pružanju komunalnih usluga, važnu ulogu u zaštiti potrošača ima i lokalna samouprava, gde u okviru opština deluju inspektori odgovorni za rešavanje problema potrošača. Istaknuta pomoć od lokalnih organa je i obezbeđivanje prostora ili kancelarija za otvaranje Savetodavnih kancelarija za potrošače (kao u Kačaniku, Uroševcu, Podujevu, Prizrenu ili Peći). Otvaranjem nekih savetodavnih kancelarija po opštinama, biće omogućen potrošačima da budu informisani detaljno o pitanjima vezanim za njihova prava. Međutim, neophodna je bliska saradnja između centralnih i lokalnih vlasti, kao i koordinacija zajedničkih aktivnosti u oblasti zaštite potrošača.

Važna uloga nadležnih organa na lokalnom nivou takođe je u pružanju podrške u organizaciji okruglih stolova, debata u skupštinama opština, takođe u funkciji edukacije potrošača je potrebna podrška u organizovanju predavanja u osnovnim i srednjim školama.

Poglavlje IV

4. CILJEVI PROGRAMA 2021 – 2025

Osnovni cilj i svrha politike zaštite potrošača je kontinuirano poboljšanje kvaliteta života svih građana Republike Kosovo. Ove politike moraju biti u potpunosti u skladu sa zahtevima naših potrošača, ali takođe u skladu sa okolnostima, specifičnostima i našim institucionalnim i društvenim mogućnostima, relevantne politike moraju biti stalno usklađene sa najnaprednijim evropskim standardima, uvek usmerenim na zaštitu potrošača.

Prema Programu za zaštitu potrošača 2016 – 2020, glavni zadatak javnog sektora je da obezbedi uslove i odgovarajući i relevantan okvir o jačanju potrošača, funkcionisanju društava potrošača, podršku oblasti kao što je izrada pravnog okvira, promovisanje i podizanje svesti.

Svakako, pre svega, Program za zaštitu potrošača 2016-2020, se smatra kao javno-privatno partnerstvo (gde oba sektora zavise jedan od drugog), presudno u jačanju zaštite potrošača, gde je predstavnicima udruženja potrošača uvek pružena odgovarajuća mogućnost, radi izlaganja zabrinutosti, pružanja preporuka i njihovih obrazloženja.

Glavni cilj politike zaštite potrošača je kontinuirano poboljšanje kvaliteta života svih građana Republike Kosovo u skladu sa standardima zemalja Evropske unije u cilju zaštite ekonomskih interesa i promovisanja značaja zdravlja i bezbednosti potrošača.

Ciljevi Programa 2021-2025 su:

CILJEVI	MERE
- Obezbediti vladavinu prava, demokratiju i civilno društvo - Dalja usklašenost zakonodavstva sa zakonodavstvom Evropske unije	- Predlaganje zakonskih i drugih mera u cilju obezbeđivanja visokog nivoa zaštite ekonomskih interesa, zdravlja, bezbednosti, dostojanstva i prava potrošača - Udruženja za zaštitu potrošača - pravo na zastupanje u procesu donošenja odluka
- Stvaranje uslova za efikasno rešavanje uočenih problema u oblasti zaštite potrošača	- Uvođenje odgovarajuće mere zaštite potrošača (inspekcija, sudovi, arbitraža) kako bi se rešavali sporovi između potrošača i trgovaca, pružalaca usluga i proizvođača pred redovnim sudom - Pojednostavljenje postupka za zaštitu prava potrošača pred sudovima
- Podizanje svesti potrošača o njihovom stvarnom položaju i snazi na tržištu	- Podrška osnivanju udruženja i savetovaništa za zaštitu potrošača

	- Izrada i sprovođenje edukacije potrošača - Sprovođenje osnovnih znanja o obavezama, pravima i zaštiti potrošača u programima školskog obrazovanja osnovnog i srednjeg obrazovanja
- Obezbeđivanje podrške potrošačima u ostvarivanju njihovih prava	- Obezbeđivanje efikasne saradnje između vladinih organa i svih nadležnih institucija za sprovođenje politike zaštite potrošača - Osnivanje savetodavne mreže za razvoj njihove međusobne saradnje
- Međusobno povezivanje svih strana za zaštitu potrošača	- Prezentiranje centralnog informacionog sistema
- Jačanje položaja potrošača na tržištu, podizanje svesti potrošača o njihovim pravima i ulozi u ekonomiji tržišta	- Prenošnje informacije, savetovanja i sistema edukacije
- Zaštita zdravlja i bezbednosti potrošača	- Kreiranje sistema za informisanje potrošača o bezbednosti proizvoda na tržištu - Razvoj tehničkih propisa za tehničke zahteve za proizvode koji obezbeđuju visok nivo zdravlja i bezbednosti potrošača - Saradnja svih organa državne uprave u garantovanju zaštite zdravlja i bezbednosti potrošača
- Obezbeđivanje informacije i informisanje javnosti o pravima potrošača u Republici Kosovo	- Planiranje promotivnih aktivnosti na svim nivoima i podsticanje medijske aktivnosti

4.1. Dužnosti i prioritetne oblasti u sprovođenju programa 2021 - 2025

Zakon o zaštiti potrošača reguliše zaštitu osnovnih prava potrošača prilikom kupovine proizvoda i usluga, kao i druge oblike kupovine proizvoda i usluga na tržištu, kroz pravo na zaštitu ekonomskih interesa potrošača, pravo na zaštitu od rizika po život, zdravlje i imovinu, efikasna zakonska zaštita potrošača, pravo na informisanje i edukaciju potrošača, pravo na udruživanje potrošača radi zaštite njihovih interesa, pravo zastupanja potrošača i ravnopravno učešće predstavnika potrošača u radu organa koji se bave pitanjima od interesa za potrošača.

Zaštita potrošača je neophodna da bi se obezbedilo pravilno funkcionisanje ekonomije tržišta, kako bi se obezbedio nadzor nad tržištem i, pored toga, regulisali ugovorni odnosi između potrošača i trgovaca, koji štite ekonomske interese potrošača, fizičkih lica, kao npr. strana u nepovoljnom položaju na tržištu. Važno je napomenuti da Zakon o zaštiti potrošača identifikuje nadležne organe za zaštitu potrošača, koji štite prava i interese potrošača i način ostvarivanja prava, ako potrošač veruje da je oštećen.

Nakon usvajanja i sprovođenja Zakona o zaštiti potrošača, identifikovana je potreba za jačanjem nivoa zaštite potrošača, posebno (ali ne samo) u oblastima tumačenja i sprovođenja ovog zakona, kao što su: Departman za zaštitu potrošača i nadležne inspekcije državne i/ili državne regulatorne kancelarije, kao nadležne institucije za sprovođenje Zakona o zaštiti potrošača. U tom kontekstu, sledeće oblasti se smatraju prioritetnim oblastima:

1. Razvoj administrativnih kapaciteta - Departman za zaštitu potrošača;
2. Razvoj zakonodavne infrastrukture - Ministarstvo trgovine i industrije;
3. Energetske usluge – Regulatorni ured za energiju;
4. Usluge vode - Regulatorni autoritet za vodu;
5. Elektronske i poštanske komunikacije – Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije;
6. Finansijske usluge - Centralna banka Kosova
7. Kvalitet prehrambenih proizvoda - Autoritet za hranu i veterinu;
8. Alternativno rešavanje sporova za potrošače - Ministarstvo pravde;
9. Podrška biznisima - Privredna komora Kosova;
10. Podizanje svesti potrošača - Departman za zaštitu potrošača u MTI
11. Podrška i saradnja sa udruženjima za zaštitu potrošača.

4.2. Razvoj administrativnih kapaciteta - Ministarstvo trgovine i industrije

Trgovina kao aktivnost igra ključnu ulogu u ekonomskom razvoju. Danas se ova aktivnost suočava sa velikim izazovima, kao što su sve veća konkurencija na domaćem tržištu, uvođenje novih tehnologija, odnosno potreba za pružanjem novih usluga i oblika prodaje, zasnovanih na razvoju elektronskog delovanja (e-biznisa) i o opštoj globalizaciji.

Budući razvoj zaštite potrošača u okviru ove delatnosti zavisice uglavnom od njenog prilagođavanja novim uslovima, kako na globalnim, tako i na regionalnim i lokalnim tržištima.

Proširenje zakonodavstva predviđeno je kako bi se obezbedio razvoj nesmetane trgovine, istovremeno blizu nivoa razvijenosti ekonomije u drugim zemljama i pod jednakim uslovima u odnosu na druge ekonomske aktivnosti.

U odnosu na Ministarstvo trgovine i industrije, trenutno su predviđene dve glavne aktivnosti za dalji razvoj zaštite potrošača, kako bi se ostalo vernim globalnom razvoju trgovine i industrije. U trenutnim okolnostima smatramo da je neophodan razvoj administrativnih kapaciteta.

Kada je reč o daljem jačanju administrativnih kapaciteta, s obzirom na trenutne ograničene kapacitete u odnosu na profesionalno osoblje direktno usmereno na prava potrošača, Program za zaštitu potrošača 2021-2025, u principu je usmeren ili tvrdi mogućnost izgradnje ljudskih i profesionalnih kapaciteta u tim istim institucijama, u ovom slučaju kao kada se radi o Departmanu za zaštitu potrošača;

Departman za zaštitu potrošača predstavlja relativno novu oblast u novoj državi Kosovo, odnosno poslednji departman osnovan krajem 2012. godine, u okviru institucije Ministarstva trgovine i industrije. Ovo je uglavnom rezultat novih okolnosti i zahteva vremena. U trenutnoj situaciji, struktura Departmana za zaštitu potrošača ima tri administrativna službenika, prema sledećem redosledu:

- Rukovodilac Departmana za zaštitu potrošača;
- Viši službenik za zaštitu potrošača; kao i;
- Službenik za zaštitu potrošača.

Što se tiče dužnosti i odgovornosti departmana oni su sledeći:

- Predlaže predloge za izradu i razvoj državne politike za zaštitu potrošača;
- Priprema i razmatra zakonske akte i druge regulatorne mere u vezi sa zaštitom potrošača;
- Koordinira politike i delatnosti za zaštitu potrošača sa Ministarstvom i drugim državnim institucijama, kao i preduzima mere koordinacije za sprovođenje strateških dokumenata u oblasti zaštite potrošača;
- Sarađuje sa centralnim i lokalnim organima za zaštitu potrošača;
- Sarađuje sa udruženjima potrošača i podržava delatnosti udruženja;
- Razvija sisteme za tretiranje žalbi potrošača i sredstava za alternativno rešavanje sporova;
- Sarađuje i razmenjuje iskustva sa analognim, evropskim i međunarodnim institucijama;
- Odvija kampanje za podizanje svesti, senzibilizaciju i obaveštavanje potrošača.

S obzirom na to da dužnosti i odgovornosti Departmana za zaštitu potrošača zahtevaju znanje i kapacitete, prepoznajući činjenicu da se radi o relativno širokoj oblasti, koja obično zahteva poštovanje i dostojanstvo posvećenosti svake države ili društva, onda je kao prvi korak neophodno povećati ljudske administrativne kapacitete unutar istog departmana.

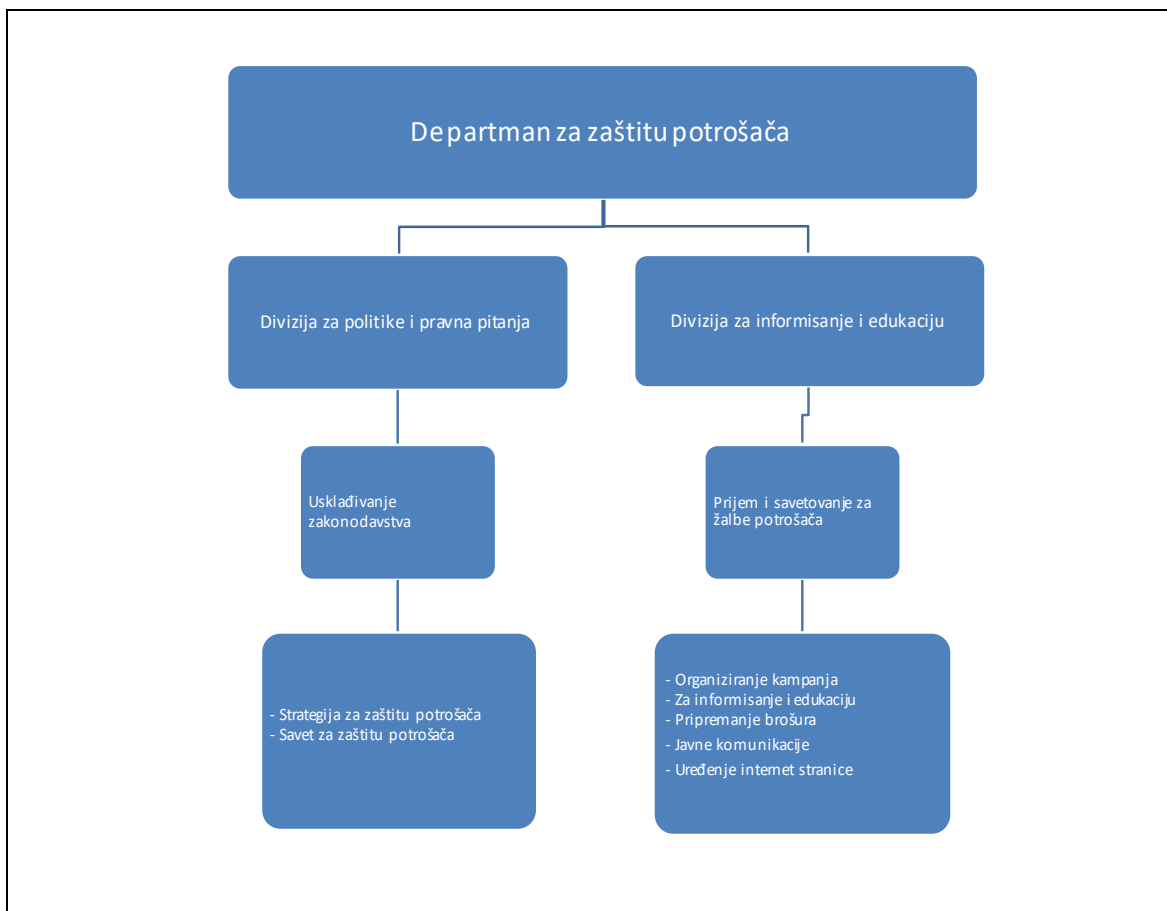
Pitanje izgradnje i razvoja administrativnih kapaciteta Departmana za zaštitu potrošača ne tretira se prvi put u ovom programu. Ovo pitanje je takođe široko predviđeno u Programu za zaštitu potrošača 2016-2020, kao nešto što nikada nije realizovano, uprkos insistiranju

Departmana kad god je postojala inicijativa za izradu 'novih propisa za restrukturiranje i sistematizaciju radnih mesta u Ministarstvu trgovine i industrije'.

S obzirom na značaj i vrednosti kada su u pitanju prava potrošača, pitanje koje je dosta razrađeno, posebno u prva dva poglavlja ovog programa, preporuke IPA programa Evropske unije (*Instrument for pre-accession assistance* - Instrument za pomoć pre pristupanja), projekta „Podrška slobodnom kretanju robe“ takođe predlaže povećanje broja i jačanje nadležnosti zaposlenih u Departmanu za zaštitu potrošača. S tim u vezi, u početku je predviđeno da departman ima dve prave divizije:

1. Divizija za izradu i sprovođenje politika i zakonodavstva
2. Divizija za promovisanje podizanja svesti i razmatranje žalbi

Slika 1: Nadležnosti Departmana prema preporukama projekta EU-a



4.3. Razvoj zakonodavne infrastrukture - Ministarstvo trgovine i industrije

Nedostatak zakonodavstva ili neprilagođavanje postojećih propisa novim uslovima poslovanja mogu dalje predstavljati značajnu prepreku razvoju trgovine i ukupnom ekonomskom razvoju na Kosovu. U tom kontekstu, pored drugih zakona koji direktno utiču na trenutnu oblast trgovine i od posebnog su značaja, već nekoliko godina vidimo razvoj elektronske trgovine.

Pored onih manjih pitanja koja pokriva važeći zakon o zaštiti potrošača, oblast elektronske trgovine (e-trgovina), koja se trenutno nalazi na Kosovu, i dalje je u velikoj meri otkrivena i trenutno bi je trebalo smatrati prioritetom. E-trgovina predstavlja najčešću praksu poslovanja u savremenom svetu, koja obuhvata većinu stubova društvenog života kao što su; trgovinske, bankarske, zdravstvene, pravde ... Dakle, kao jedna od vrsta poslovnih aktivnosti, elektronsko poslovanje pokriva čitav niz trgovinskih transakcija, koje se u celini ili delimično obavljaju, uključujući; oglašavanja i promocije, trgovinski odnosi, aktivnosti razmene, elektronske nabavke i podrška poslovnim procesima, kao i delimično isporuke putem interneta - otvoreni sistem komercijalizacije koji se pojavio kao oblik elektronske trgovine.

Nacrt zakona o elektronskoj trgovini deo je plana rada za naredni dvogodišnji period (2021-2022). Potreba za jedinstvenim zakonom o elektronskoj trgovini dolazi kao rezultat preporuka OECD-a i GIZ-a. Štaviše, elektronska trgovina je tretirana u Dodatnom protokolu 6 CEFTA-e, gde se već implementira preko dokumenta MJU u okviru Regionalne ekonomske zone - MJU / REA (Činjenica da je Kosovo članica CEFTA-e i dokument MJU / REA je dokument za koji su se složili premijeri 6 zemalja zapadnog Balkana). Štaviše:

1. Elektronska trgovina uključuje svaku novčanu transakciju, uključujući kupovinu i prodaju robe i usluga izvršenih uz pomoć elektronskih medija. To je široka podgrupa e-poslovanja, koja uključuje poslovne procese koji se vode na elektronski način i poslovanja koja postoje online (na internetu). Stoga je elektronska trgovina strogo povezana sa trgovinom, uključujući transakcije na domaćem tržištu, kao i prekograničnu trgovinu. U tom pogledu, zakon o elektronskoj trgovini u osnovi predstavlja zakon koji reguliše određenu vrstu trgovine koji je u velikoj meri atribut MTI-a za zaštitu potrošača.
2. Preporuka proistekla sa sastanka Radne grupe u vezi sa izradom zakona o elektronskoj trgovini u skladu je sa zaključcima koje su u istraživanju dale nezavisne institucije. Iako je Zakon br. 04/L-094 o uslugama informatičkog društva, od 02.04.2012. godine, uključuje važne elemente elektronskih transakcija, postoje mnoge oblasti u vezi sa regulisanjem elektronske trgovine koja nisu obuhvaćena ovim zakonom. U tom pogledu, OECD je zaključilo da "Kosovo treba da razvije zakonski okvir i infrastrukturu potrebnu za podsticanje elektronske trgovine. Sveobuhvatan zakonski okvir za podršku elektronske trgovine i dalje treba da se razvije."
3. Takođe, projekat GIZ-a u okviru CEFTA-e, nakon sveobuhvatnog pregleda svih relevantnih zakonodavstva, zaključio je da „na Kosovu nedostaje zakonodavstvo o elektronskoj trgovini“ i preporučuju „usvajanje trgovinskih zakona elektronika kao Lex specialis u skladu sa EC Direktivom o elektronskoj trgovini" (*CPF III 2018-13 "Report*

on Legislation and policy Measures in the sector of E-commerce in CEFTA Region". Annex 13).

4. Direktiva EZ o elektronskoj trgovini (2000/31/EC) koja je osnova Zakona br. 04/L-094, stara je već 20 godina! Od tada su tehnologija i poslovne prakse pretrpele dramatičnu transformaciju sa značajnim implikacijama za vođenje elektronske trgovine koja uključuje robe i usluge. Kao rezultat toga, regulisanje elektronske trgovine širom sveta neprestano se razvijala kako bi se rešila nova pitanja koja se pojavljuju. U tom pogledu, u Dokumentu sa smernicama, na primer, predsednik Evropske komisije obavezao se da će poboljšati pravila Unije o odgovornosti i bezbednosti za digitalne platforme, usluge i proizvode, novim paketom digitalnih usluga, kako bi modernizovao pravila u na snazi od 2000. godine. Kosovo bi trebalo da pažljivo prati razvoj događaja u ovom pogledu, u procesu modernizacije svog zakonodavstva.
5. Evolucija propisa o elektronske trgovine jasno je očigledna u slučaju Evropske unije, koja je usvojila niz novih propisa od 2000. godine, nastavljajući razmatranje novih propisa. S tim u vezi, na primer, Komisija je predložila nova pravila za digitalne ugovore, o kojima trenutno raspravljaju Parlament i Savet. Komisija takođe radi na stvaranju modernog okvira EU-a za autorska prava koji će omogućiti veći prekogranični pristup mrežnim sadržajima, što će olakšati licenciranje za emitovanje na internetu. EU je usvojio novu uredbu o online odnosima online platforma-biznis, uspostavljajući usklađeni okvir za minimalnu transparentnost i prava na nadoknadu, štiteći kompanije koje zavise od online platformi kako bi došle do potrošača i tako zaštitio potencijal inovacija platforme. Ova nova pravila EU-a počela su da se sprovode 12. jula 2019. godine. Štaviše, EU je usvojio revidirane uredbe o zaštiti potrošača koje će stupiti na snagu 2020. godine, a takođe je usvojila novu uredbu o Geoblockingu, koja je stupila na snagu 3. decembra 2018. godine. Štaviše, nove uredbe EU-a o PDV-u za internetsku prodaju roba i usluga stupiće na snagu 2021. godine, dok će nova pravila o uslugama pružanja prekograničnih paketa na internetu na snazi su od maja 2018. godine, čiji je cilj garantovanje i konkurentnost u cenama. Na kraju, treba istaći značajne događaje koji su se dogodili poslednjih godina u vezi sa zaštitom podataka i privatnosti, a koji bi trebalo da budu uključeni u modernizaciju zakonskog okvira Kosova koji reguliše elektronsku trgovinu.
6. U kontekstu novih razvoja u regulisanju elektronske trgovine u EU i uzimajući u obzir obaveze i obaveze Kosova u SSP-u da uskladi svoje zakonodavstvo sa Aacquis-om EU-a, jasno je evidentno da su zakonodavni razvoji na Kosovu apsolutno neophodni.

Generalno, i sigurnost proizvoda takođe ima za cilj zaštitu potrošača od povreda izazvanih proizvodima, u kom slučaju se naglašava da proizvodi prema uputstvima za upotrebu ne bi trebalo da nanesu štetu korisniku tokom upotrebe kako je opisano.

Da bi se obezbedilo slobodno kretanje robe i sigurnost proizvodnje na tržištu, Kosovo je prvo započelo proces usklađivanja zakonodavstva sa zakonodavstvom Evropske unije. S tim u vezi, pitanje sigurnosti proizvoda naspram zaštite života i zdravlja potrošača podleže Zakonu 04/L-78 (2012) o opštoj sigurnosti proizvoda. Nadgledanje sprovođenja ovog zakona, kao i primena

novih evropskih direktiva za usklađivanje oblasti sigurnosti proizvoda, deo je aktivnosti na kratkoročnoj bezbednosti zaštite potrošača na kosovskom tržištu.

Štaviše, u okviru programa „Slobodna trgovina robom“, koji se bavi tehničkom pomoći koju pruža Evropska unija za postizanje nivoa pripreme za proces „stabilizacije i pridruživanja“, prioritetni cilj je zakonodavni aspekt, odnosno usklađivanje zakona sa zakonima Evropske unije, konkretnije „bezbednost proizvoda“ sa posebnom težinom i vrednošću, posebno kada je reč o „infrastrukturi kvaliteta“.

Uzimajući u obzir važnost aktivnosti na standardizaciji u Evropskom sistemu tehničkog zakonodavstva i obezbeđivanje sigurnosti proizvoda i zaštite potrošača, veoma je važno obezbediti interese potrošača u aktivnostima standardizacije na svim nivoima (nacionalnom, evropskom i međunarodnom). Zbog toga je neophodno preduzeti mere putem kojih se potrošačima u Republici Kosovo pre svega omogućava praćenje događaja na ovim nivoima (nacionalnom, evropskom i međunarodnom) u oblastima koje se tiču njihovih interesa, ali takođe da aktivno učestvuju u stvaranju nacionalnih standarda.

U tom kontekstu, od Evropske unije treba tražiti da ubrza agendu zaštite potrošača u Republici Kosovo (koju je EU postavila za 2017. godinu);

Kroz ovaj program treba predložiti/zahtevati da se u Zakonu o standardizaciji dobrovoljno delovanje učini obaveznim;

S obzirom na ulogu akreditacije u sprovođenju zakonodavstva protiv novih tehničkih mera, predviđeno je da se preduzmu mere koje će omogućiti potrošačima u Republici Kosovo da nadgledaju rad Nacionalne službe za akreditaciju. Sistem akreditovanih laboratorija garantuje pouzdanost rezultata ispitivanja proizvoda na tržištu, istovremeno kao preduslov za priznavanje ovih rezultata na međunarodnom tržištu.

Akreditacija predstavlja međunarodno priznato sredstvo u odnosu na profesionalne i tehničke veštine laboratorija i istovremeno da bi se obezbedilo poverenje u rezultate njihovog rada, dok za proizvod u odnosu na potrošače pruža poverenje u sigurnost i kvalitet proizvoda na tržištu.

U okviru Ministarstva trgovine i industrije ranije je izrađena strategija za razvoj privatnog sektora. U ovoj strategiji su, između ostalih, predviđene i neke akcije povezane sa sigurnošću neprehrambenih industrijskih proizvoda, kao što je na primer zaštita neprehrambenih industrijskih proizvoda, gde je između ostalog predviđeno:

- Podizanje svesti potrošača, odnosno da, između ostalog: imaju efikasan sistem za rešavanje žalbi; Tokom perioda 2013-2015, povećati broj okruglih stolova, debate i publikacije povezane sa podizanjem svesti i zaštitom potrošača.
- Nadzor nad tržištem, odnosno industrijskim proizvodima koji se kreću na domaćem tržištu, gde između ostalog: Do kraja 2014. godine, postići usklađivanje sa relevantnim zakonodavstvom EU-a o Tržišnom inspektoratu i zaštiti potrošača; Tokom perioda 2013-2015, raditi na povećanju saradnje, razmišljajući u međuinstitucionalnom, regionalnom, sa privatnim sektorom i civilnim društvom.

Zakoni EU-a o sigurnosti robe široke potrošnje (igračke, kozmetika, električni uređaji, itd.) jednako su strogi. Ako kompanija otkrije da je pustila nebezbedne proizvode na prodaju, ima zakonsku obavezu da obavesti vlasti pogođenih zemalja u EU. Ako proizvod predstavlja veliki rizik, kompanija treba da organizuje povlačenje proizvoda iz prometa.

U okviru sigurnosti neprehrambenih proizvoda postoji regionalna mreža za razmenu informacija o opasnim proizvodima. Kosovo, Albanija, Srbija, Crna Gora, Bosna i Hercegovina i Makedonija deo su ove regionalne mreže. Ovaj projekat pokrenula je nemačka organizacija GIZ, kako bi povećala kontrolu tržišta nad sigurnošću proizvoda. Do sada je razmenjeno na desetine informacija o opasnim proizvodima. Takođe su održane neke zajedničke obuke o tome kako identifikovati proizvode koji bi mogli biti potencijalno opasni.

Konačno, kada je reč o trenutnoj zakonodavnoj infrastrukturi na Kosovu, treba napomenuti činjenicu da je takođe neophodno baviti se konkretnim poteškoćama na koje se nailazi u vezi sa punom primenom prava potrošača. Tako npr. iz oblasti nadzora tržišta sprovedene su određene aktivnosti za nekoliko kategorija proizvoda. Međutim, velikom broju proizvoda nedostaje nadzor zbog nedostatka standarda, nedovoljnog finansiranja za ispitivanje ili pravne nadležnosti Državnog inspektorata.

Tabela: Dužnosti, nosioci i predviđeni period za transpoziciju ciljeva i mera vezanih za zaštitu potrošača u Ministarstvu trgovine i industrije

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski resursi
			Godina:
Departman za zaštitu potrošača	1. Izgradnja administrativnih kapaciteta Departmana za zaštitu potrošača - formiranje dve divizije, između ostalog, kako je predviđeno ovim Programom i Programom 2016-20; 2. Učešće u ključnim međunarodnim organizacijama, poput UNCTAD-a i ICPEN-a. 3. Izmena Zakona o zaštiti potrošača za sledeće svrhe: Usklađivanje sa drugim zakonima i propisima koji se odnose na oblast i pitanja zaštite potrošača, odnosno usklađivanje sa postojećim direktivama EU-a i/ili drugim novim direktivama Evropske unije, od njihovog usvajanja Zakon 06 / L-034 o zaštiti potrošača, između ostalog:	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije

	85/374/EEZ; 2002/65; 2008/122/EZ; 2011/83/EU; 2013/11 / EU; 524/2013; 93/13; 1999/44; 1005/29/EZ; 2008/48/EZ; 2009/22; 90/314/EEZ		
Agencija za standardizaciju	Zakon o izmenama i dopunama Zakona br. 03/L-144 o standardizaciji	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije
Agencija za metrologiju	Zakon br. 04/L-154 o predmetima od plemenitih metala	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije
Direkcija za akreditaciju	Izrada novog zakona o akreditaciji	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije
Departman za trgovinu	Nacrt zakona o elektronskoj trgovini	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije
Departman za industriju	1. Izrada koncept dokumenta o nadzoru tržišta i usklađenosti proizvoda, kao i uzajamnom priznavanju robe kojom se trguje u EU-u; 2. Izrada i odobravanje koncept dokumenta o opštoj sigurnosti proizvoda; 3. Izmena i dopuna Zakona br. 06/L-041 o tehničkim zahtevima za proizvode i ocenjivanju usaglašenosti (deo tržišnog nadzora i uzajamnog priznavanja robe) - (prenos propisa EU 2019/1020 i 2019/515). 4. Izrada i odobravanje zakona o opštoj sigurnosti proizvoda (prenos Direktive 2001/95/EC). 5. Izrada tri (3) administrativnih uputstva u skladu sa zahtevima Zakona o opštoj sigurnosti proizvoda (DIC). 6. Izrada pet (5) administrativnih uputstava za 5 grupa građevinskih proizvoda. (DIC).	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije
Departman za turizam	Izrada i odobravanje Nacrta zakona o turizmu i turističkim uslugama (koji,	2021 /	Redovni budžetski resursi Ministarstva

	između ostalog, predviđa završetak Evropske direktive o turističkim paketima)	2025	trgovine i industrije
Departman za regulisanje tržišta nafte i strateške robe	Sprovođenje zakona o trgovini naftom, naftnim derivatima i obnovljivim izvorima energije putem: 1. administrativnog uputstva o dozvolama; Administrativno uputstvo o upotrebi goriva Izmene i dopune Administrativnog uputstva o gorivima Sprovođenje Administrativnog uputstva o načinu ovlašćenja tela za ocenjivanje usaglašenosti.	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije
Tržišna inspekcija	1. Nacrt zakona o inspekcijama (kao horizontalni zakon koji će se primenjivati na sve inspekcije). 2. Prenošnje Uredbe (EU) 2019/1020 o nadzoru tržišta i usklađenosti proizvoda (koja zamenjuje Uredbu EU 765/2008)	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Ministarstva trgovine i industrije

Detaljnije informacije o zakonima i podzakonskim aktima Ministarstva trgovine i industrije date su u Aneksu 2.

4.4. Energetske usluge – Regulatorni Ured za Energiju (RUE)

Obezbeđivanje odgovarajućih standarda u pogledu snabdevanja energijom predstavlja ključni element zaštite potrošača. Za ovu svrhu, Regulatorni ured za energiju na osnovu zakona deluje kao determinant standarda kvaliteta i usluga napajanja i poseban značaj pridaje procedurama zaštite potrošača. Ove procedure su pored zaštite potrošača takođe usmerene na poboljšanje učinka preduzeća odgovornih u vezi sa svojim potrošačima. U tom smislu, u odnosu na program za zaštitu potrošača 2021-2025, Regulatorni ured za energiju je predviđen kao glavni nosilac kada je u pitanju izloženju i sprovođenju primarnog i sekundarnog zakonodavstva.

Regulatorni Ured za Energiju (RUE) je nezavisna agencija osnovana od strane Skupštine Republike Kosova, u skladu sa članom 119.5 i 142 Ustava Republike Kosova. Ovlašćenja, dužnosti i funkcije RUE-a su definisani u Zakonu o energetsom regulatoru br. 03/L-185, uključujući: stvaranje i održavanje efikasnog, transparentnog i nediskriminatornog eneretskog tržišta; utvrđivanje uslova za izdavanje dozvola za obavljanje delatnosti u oblasti energetike; utvrđivanje uslova za davanje odobrenja za izgradnju novih kapaciteta; nadgledanje i nega za poboljšanje sigurnosti snabdevanja energijom; postavljanje razumnih kriterijuma i uslova za obavljanje energetske delatnosti na osnovu tarifne metodologije; praćenje i sprečavanje stvaranja dominantnog položaja i anti-konkurentnih praksi od strane energetskih kompanija, kao i rešavanje žalbi i sporova u energetsom sektoru.

Regulatorne aktivnosti imaju značajan uticaj na krajnje korisnike. U principu ovo se ne odnosi samo na tarife/cene kada kupac direktno ili gotovo odmah doživljava uticaj regulatornih odluka, već i razvoj procedura u vezi sa žalbama i drugim pitanjima od interesa za potrošače, i koji su efikasni samo kada su potrošači svesni njih. Kao nezavisno telo, RUE može doneti pravila da garantuje poštenu konkurenciju i informacije za potrošače o njihovim pravima, postojeće zakonodavstvo, novi ugovor i procedure za rešavanje žalbi i sporova.

Za tu svrhu Kancelarija eneretskog regulatora 2006. godine je usvojila Pravilnik o opštim uslovima za isporuku električne energije i Pravilnik o postupku za rešavanje sporova u energetsom sektoru, pravila i druge procedure koje imaju za cilj da se utvrde prava i obaveze ovlašćenih i potrošača. Ova pravila i postupci su završeni u 2017. godini na osnovu zahteva koji proizilaze iz zakona eneretskog sektora i trećeg paketa eneretskih direktiva Evropske komisije koji se odnose na oblast zaštite potrošača.

RUE u svojoj organizacionoj strukturi je osnivao Departman za zaštitu potrošača, čije glavne aktivnosti su da prati sprovođenje pravila i procedura koje regulišu kvalitet usluga eneretskih kompanija, kao i zaštitu potrošača. Departman za zaštitu potrošača odgovorno je za razmatranje i rešavanje pritužbi i sporova između potrošača i eneretskih preduzeća, operatora sistema i eneretskih preduzeća, kao i između eneretskih preduzeća. U obavljanju svojih dužnosti i odgovornosti, ovaj departman sarađuje sa svim institucijama i organizacijama koje predstavljaju potrošače.

Glavne aktivnosti RUE-a u vezi potrošača energije su:

- Informisanje i edukacija potrošača o njihovim pravima i obavezama;
- Praćenje sprovođenja primarnog i sekundarnog zakonodavstva odobrenog od strane Odbora RUE-a;
- Razmatranje i usaglašavanje procedura za licence u skladu sa važećim zakonom;
- Učestvovanje u raznim aktivnostima različitih institucija i organizacija koje se bave zaštitom interesa potrošača;
- Uveravanje da potrošači dobijaju poštenu tretman i nediskriminaciju u snabdevanju električnom energijom od dobavljača, kao i otvoren PROGRAM ZA ZAŠTITU POTROŠAČA 2016 – 2020 40 pristup informacijama od dobavljača;
- Proveru da li ima transparentne ugovorne odnose sa dobavljačem;
- Da bi podneli žalbe u skladu sa odredbama Pravilnika o postupku rešavanja sporova u energetsom sektoru, protiv svih nezakonitih radnji ili propusta dobavljača;
- Razviti i sprovesti kampanju za podizanje svesti za zaštitu potrošača;
- Sarađuje sa različitim grupama kupaca za zaštitu potrošača;
- Objavljivanje potrebne informacije i uputstava za kupce u dnevnim novinama i na internet stranici RUE-a.

S obzirom na razvoj tržišta električne energije kako na veliko tako i na malo, odnosno na pravo potrošača da promene dobavljača električne energije, RUE je 2017. godine odobrio Pravilo za promenu dobavljača i Vodič za liberalizaciju tržišta električne energije. U tu svrhu, RUE je licencirao osam operatera za snabdevanje električnom energijom i kreirao je Sredstvo za upoređivanje cena. Sredstvo za upoređivanje cena je online platforma dizajnirana da pomogne potrošačima u poređenju cena energije na otvorenom tržištu, kao i da pomogne regulatoru u poboljšanju komunikacije i edukaciji potrošača o pitanjima vezanim za otvaranje maloprodajnog energetskog tržišta.

Što se tiče standarda kvaliteta usluga električne energije, RUE je 2019. godine odobrio Pravilo o standardima kvaliteta električne energije. Svrha Pravila o standardima kvaliteta električne energije je utvrđivanje pokazatelja kvaliteta električne usluge za potrošače, koji se odnose na pružene usluge, nesmetano snabdevanje električnom energijom i kvalitetu napona.

Što se tiče zaštite potrošača u potrebi, RUE je zajedno sa Ministarstvom rada i socijalne zaštite pokrenuo osnivanje radne grupe za izradu politika za zaštitu potrošača u potrebi. Ova grupa je već osnovana, a njene aktivnosti podržavaju NARUC i Svetska banka. Grupa je orijentisana na izradi dokumenta koji bi sadržao predloge politika za zaštitu potrošača u potrebi i podnošenju na usvajanje od strane vlade Kosova.

Žalbe potrošača RUE-a

Svaki potrošač ima pravo da podnese žalbu Regulatornom uredu za energiju protiv imaoa licence, u vezi sa uslugama pruženih od strane licenciranih. Takođe, svaki dobavljač i operater sistema odgovoran je za zaštitu svojih kupaca, adresirajući žalbe u vezi sa bilo kojom radnjom, zanemarivanjem ili kršenjem koje je počinio dobavljač ili operater sistema, kao i ulažući razumne napore za rešavanje ove žalbe. Sve žalbe treba da sadrže opšte informacije o kupcu, razloge za podnošenje žalbe, prekršaj, nemarnost ili navodnu povredu koju su počinili dobavljači ili operateri sistema koji pružaju ove korisničke usluge. Rok za razmatranje žalbe od strane dobavljača biće trideset (30) kalendarskih dana, ali neće prelaziti rok od tri (3) meseca od datuma prijema i registracije žalbe za složenije slučajeve.

Potrošač se može žaliti regulatoru na odluke koje je doneo dobavljač ili operater sistema. Potrošači/ podnosioci zahteva mogu podneti žalbu Departmanu regulatora za zaštitu potrošača, u roku od petnaest (15) kalendarskih dana od dana prijema odluke, ili od datuma kada je istekao rok za razmatranje žalbe od strane dobavljača ili operatora sistema. Podnošenje žalbe RUE-u može se izvršiti:

- Fizički, lično ili od strane njegovog ovlašćenog predstavnika;
- Redovnom e-poštom, kao i elektronski;

Regulatorni ured za energiju ima na svojoj veb stranici prijavu za žalbu, elektronsku adresu na koju se žalba može poslati i sve druge procedure koje jasno objašnjavaju kako podneti žalbu RUE-u.

Tabela: Dužnosti, nosioci i predviđeni period za transpoziciju ciljeva i mera povezanih sa zaštitom potrošača u Regulatornom uredu za energiju

Nosioci	Ciljevi	Rok trajanja	Mogući finansijski resursi
			Godina:
Regulatorni ured za energiju	1. Pregled i moguća dopuna pravila za rešavanje žalbi i sporova u energetsom sektoru; 2. Pregled standarda kvaliteta snabdevanja i usluga električnom energijom.	2016 / 2020	Redovni budžetski resursi Regulatornog ureda za energiju

4.5. Usluge vode – Regulatorni autoritet za vodu (RUV)

Regulatorni autoritet za usluge vode (RAUV) je nezavisni ekonomski regulator koji reguliše aktivnosti pružalaca usluga vode na Kosovu. Regulatorni autoritet za usluge vode osnovan je 26. novembra 2004. godine i deluje u skladu sa Zakonom br. 05/L -042 o regulaciji vodnih usluga.

Uloga Regulatornog autoriteta za usluge vode je da obezbedi pružanje kvalitetnih, efikasnih i sigurnih usluga, na nediskriminatorskoj osnovi, svim potrošačima na Kosovu, uzimajući u obzir zaštitu životne sredine i javno zdravlje.

Misija Regulatornog autoriteta za usluge vode je da obezbedi regulisanje usluga vode na efikasan i transparentan način u skladu sa dobrom evropskom praksom koja obezbeđuje da pružaoci usluga vode pružaju kvalitetne usluge, konzistentne i pristupačne cene na celom Kosovu, uzimajući u obzir očuvanje životne sredine i zaštitu javnog zdravlja.

Regulatornim autoritetom za usluge vode rukovodi direktor i zamenik direktora, koje bira Skupština Republike Kosovo.

U skladu sa Zakonom br. 05/L-042, za njihov rad, RUV odgovara Skupštini Kosova. Svake godine RUV dostavlja na usvajanje Skupštini Republike Kosovo Godišnji izveštaj o radu.

Regulatorni autoritet za usluge vode finansira se iz budžeta Republike Kosovo, u skladu sa Zakonom o upravljanju javnim finansijama i odgovornosti. Ovlašćenja i odgovornosti RUV-a uključuju:

- Licenciranje pružalaca usluga i nadzor nad sprovođenjem uslova utvrđenih u licenci za usluge;
- Određivanje tarifa usluga za pružaoce usluga, obezbeđujući da su tarife poštene i razumne i omogućavaju finansijsku održivost pružalaca usluga;
- Postavljanje standarda usluga i nadzor nad primenom ovih standarda od strane pružalaca usluga.

Nivo usluga koje su pružaoci usluga dužni da ispunjavaju prilikom pružanja usluga vodosnabdevanja i otpadnih voda utvrđen je na Kosovu. Primarna svrha ekonomske regulacije je da u pogledu monopolskih usluga kao što su javne usluge vodovod i kanalizacija, štite interese potrošača od potencijalnih zloupotreba. Propisi o korisničkim uslugama su važni kako bi se obezbedilo da pružaoci usluga odgovaraju kupcima i imaju pristup usmeren na kupca.

Žalbe potrošača

Komisija za rešavanje žalbi osnovana je u skladu sa članom 5. Uredbe br. 09/2019 o rešavanju žalbi potrošača i deluje u obliku tela, u okviru Departmana za pravne poslove i licenciranje, koji rešava žalbe potrošača i koje je konačno telo u upravnom postupku. Komisija je profesionalna i nezavisna u rešavanju žalbi i donošenju sopstvenih odluka.

Pravo podnošenja žalbe Komisiji Regulatornog autoriteta za usluge vode ima svaki kupac, koji tvrdi da je pružalac usluga povredio njegova prava delovanjem, nečinjenjem ili lošim upravljanjem u pružanju usluga.

Žalba stranke može se izjaviti u roku od trideset (30) dana od dana kada je pružalac usluga stranku upoznao sa aktom.

U slučaju da je kupac podneo žalbu, a pružalac usluga nije preduzeo nikakve mere, žalba se može podneti Komisiji regulatornog autoriteta za usluge vode, ali ne pre sedam (7) dana, a najkasnije dva (2) meseci nakon isteka roka za obaveštenje o upravnom aktu.

Podnosilac žalbe može podneti žalbu Komisiji autoriteta na sledeći način:

- Fizički, lično ili od strane njegovog ovlašćenog predstavnika;
- Redovnom ili preporučenom poštom.

Podnosilac žalbe mora popuniti obrazac za žalbu, koji je dostupan na veb stranici Regulatornog autoriteta za usluge vode, koji mora da sadrži sve potrebne informacije.

Tabela: Dužnosti, nosioci i predviđeni period za transpoziciju ciljeva i mera povezanih sa zaštitom potrošača u Regulatornog autoriteta za vodu

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski resursi
			Godina:
Regulatorni autoritet za usluge vode	1. Sprovođenje zakona br. 05/L - 042 o regulaciji vodnih usluga i Uredbe br. 09/2019 o rešavanju žalbi potrošača 2. Stvaranje povoljnog pravnog, regulatornog okruženja i izrada dokumenata za kontinuirano unapređivanje u oblasti regulisanja aktivnosti svih	2021 / 2025	Redovni budžetski resursi Regulatornog autoriteta za usluge vode

	pružalaca usluga vode 3. Zaštita prava potrošača i sprovođenje zakonitosti i odlučivanja za usluge koje pružaju pružaoci usluga vode		
--	--	--	--

4.6. Elektronske i poštanske komunikacije - Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije (RAEPK)

Glavna pitanja pokrivena u oblasti elektronskih komunikacija su: pružanje širokopojsnih usluga što je brže moguće, u najbržem mogućem roku, uz visoku bezbednost i razumne cene za potrošače, pružanje univerzalnih usluga, planiranje i procena frekvencijskih opsega od posebnog ekonomskog značaja, kao i sigurnost javnih elektronskih komunikacionih mreža i usluga.

Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije, na osnovu člana 142 Ustava Republike Kosova je osnovan kao nezavisna institucija od strane Skupštine, da reguliše društvene odnose u sektoru elektronskih komunikacija i poštanskih usluga, RAEPK svoju funkciju vrši sam u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama br. 04/L-109 i Zakonom o poštanskim uslugama, br. 06/L-038, kao i razvojne politike u sektoru elektronskih komunikacija 'Digitalna agenda za Kosovo od 2013. do 2020. godine "i strateške politike poštanskih usluga u Republici Kosovo 2013-2017.

RAEPK je pravno, javno lice, samofinansirano, neprofitno, nezavisno, koje reguliše aktivnosti elektronskih komunikacija, uključujući zaštitu prava potrošača.

RAEPK-om rukovodi Odbor u sastavu od pet (5) člana, od kojih je jedan predsednik. Mandat članova Odbora je pet (5) godina i nezavisan je u donošenju odluka. Predsednik rukovodi sastancima i aktivnostima Odbora, i odgovoran je za administraciju RAEPK-a.

Trenutno stanje na tržištu elektronskih komunikacija

Što se tiče pregleda tržišta elektronskih komunikacija, broj aktivnih korisnika¹ mobilne telefonije na kraju 2019. dostigao je brojku od 2.073 miliona u poređenju sa 1.966 miliona na kraju 2018. godine, dok je broj korisnika Internet usluga (Fiksni pristup) na kraju 2019. dostigao 356,5 hiljada korisnika dok je na kraju 2018. godine bilo 328,2 hiljada (rast od 9%).

¹Radi se o aktivnim korisnicima odnosno onim korisnicima koji su koristili plaćenu uslugu najmanje jednom u roku od 3 meseca. Ovo je utvrđeno odlukom br. 22 Nadležne vlasti (ART Br. Prot. 045/1/10, od 15/06/2010. godine).

Stopa penetracije (korisnika na 100 stanovnika) na kraju 2019. godine u segmentu mobilne telefonije iznosila je 114% u odnosu na 108,2% na kraju 2018. godine, gde je broj korisnika sa 3G i 4G širokopojasnim pristupom pametnim mobilnim uređajima (*broadband*) dostigao 1,3 miliona. Usluge koje pružaju fiksne mreže, broadband pristup Internetu zabeležili su značajan rast (za 19%), dok je broj korisnika fiksne telefonije ove godine zabeležio pad od 5,9%.

Evolucija tehnologije koja se naziva tehnološkom konvergencijom i ponašanje korisnika kao potrošača elektronskih komunikacionih usluga u smislu sve veće potražnje za pristupom Internetu učinili su da glavni pokretač razvoja fiksnih mreža bude širokopojasni pristup Internetu gde pokazatelji i podaci iz izveštaja sa pregleda tržišta pokazuju da su generalno svi operateri i pružaoci usluga povećali broj korisnika u odnosu na 2018. godinu.

Iz podataka Autoriteta primećujemo da su fiksne i mobilne mreže imale značajno širenje i razvoj tokom 2019. godine gde je samo u mobilnim i fiksnim mrežama registrovano oko 36,2 miliona evra novih investicija i da je do širenja mreža došlo u dva pravca; ulaganja u osnovne mreže (core network) i pristupnu mrežu povećanjem udela i kapaciteta optičkih vlakana i da postoji trend prema IP mrežama i uslugama koje omogućavaju ove mreže (poput broadband pristupa), ali takođe uključuju mogućnost korišćenja telefonskih usluga, putem različitih VoIP platformi, koje i dalje beleže povećanu i visoku upotrebu ne samo u fiksnim mrežama već i u mobilnim.

Tarife za elektronske komunikacione usluge (mobilne, fiksne i pristup Internetu) u poređenju sa prethodnom godinom rezultiraju tendencijom njihovog smanjenja, pri čemu poređenja pokazuju da su operateri vršili značajna smanjenja, posebno pružanjem raznih pakernih usluga koje uključuju minute komunikacije i pristup Internetu uz fiksnu naknadu.

Prihodi od telekomunikacionih usluga za 2019. godinu dostižu iznos od 153 miliona evra, što u odnosu na 2018. godinu ispada da su prihodi iz sektora smanjeni za 12,7%. Mobilni telefonski operateri i dobavljači Internet usluga i dalje poseduju najveći udeo na tržištu elektronskih komunikacija sa oko 80% prihoda. Prihodi samo mobilnih operatera čine oko 60% prihoda celokupnog tržišta, slede provajderi internet usluga sa 18,9%, kablovska televizija 15%, dok fiksni operateri poseduju oko 6,2%.

Na osnovu podataka koje obrađuje Autoritet, za period januar - decembar 2019. godine, u poređenju sa istim periodom 2018. godine, proizilazi da imamo smanjenje ukupnog broja poštanskih pošiljki u vrednosti; 11,69%, dok Pošta Kosova D.O., ima značajan pad obima poštanskih pošiljki u vrednosti od 15,13%, dok privatni operateri imaju blagi porast u vrednosti od 2,31%. Javni poštanski operater Pošta Kosova D.O pokriva opšte tržište poštanskih usluga sa 77,15%, dok su privatni operateri zastupljeni u vrednosti od 22,85% opšteg tržišta.

Međutim pokazatelji tržišta poštanskih usluga u 2019. godini u poređenju sa 2013. godinom takođe pokazuju pad ukupnog obima poštanskih pošiljki u vrednosti od 26,35%, to je rezultat smanjenja broja isporuka direktne pošte (oglašavanja) gde imamo stalan pad. Od ukupnog broja poštanskih pošiljki, oko 80,81% su poštanske pošiljke, dok je oko 19,19% poštanskih pošiljki ili poštanskih paketa. Od ukupnog broja isporuka, oko 81,45% poštanskih pošiljki primljenih i

distribuiranih u domaćem saobraćaju, odnosno predstavlja lokalnu poštu, dok je oko 18,55% međunarodna pošta, odnosno pošiljki koje se međunarodnim saobraćajem šalju i primaju.

Uprkos smanjenju ukupnog broja poštanskih pošiljki u 2019. godini, u poređenju sa 2018. godinom, Sektor poštanskih usluga zabeležio je značajan rast ukupnih prihoda u iznosu od 17,52%, dok Pošta Kosova D.D, ima povećanje u vrednosti od 8,17%, dok su privatni operatori imali značajan rast prihoda, u vrednosti od 26,06%. U poređenju sa 2014. godinom, poštanski sektor ima povećanje u vrednosti od 59,76%.

Polazeći od poznatih okolnosti u kojima sektor elektronskih komunikacija karakteriše velika dinamika promena i inovacija, obavezuje Autoritet kao nacionalni regulator da bude kontinuirano spreman da se suočava sa novim izazovima sa kojima će se još više suočavati u u bliskoj budućnosti, ovde se uglavnom misli na digitalnu konvergenciju telekomunikacija i audio-vizuelnih prenosu.

Autoritet, kao institucija koji reguliše dinamično tržište sa brzim razvojem, u skladu sa odredbama zakona i *Digitalnom agendom za Kosovo*, radi na kontinuiranom stvaranju najboljih mogućih uslova za operatere i potrošače.

U cilju zaštite potrošača RAEKP-a:

- Sprovodi zakonske akte i odobrava podzakonske akte za zaštitu prava potrošača, kao i nadgledava sprovođenje ovih akata
- Kroz liberalizaciju tržišta, potrošačima nudi više izbora i veći kvalitet usluga, niže cene i veću pokrivenost na celoj teritoriji Republike Kosovo.
- Izrađuje smernice za prava i obaveze potrošača, koji su objavljeni na veb stranici RAEKP-a
- Obaveštava potrošače na vreme o razvoju i promenama u sektoru elektronskih komunikacija,
- Nadgledava i kontroliše pružaoce usluga elektronskih i poštanskih komunikacija
- Razmatra žalbe potrošača i rešava sporove između dobavljača usluga i potrošača

U cilju zaštite potrošača, RAEKP je usvojio sledeće sekundarno zakonodavstvo:

1. Uredba br. 38 o ugovorima, transparentnosti i objavljivanju informacija i drugim merama zaštite krajnjih korisnika za pružanje javnih elektronskih komunikacionih mreža i usluga (022 / B / 18, 19. april 2018.) - Ova uredba utvrđuje zadatke i uslove koje sadrži sadrži ugovor o pružanju javno dostupnih elektronskih komunikacionih mreža i/ili usluga. Uredba takođe utvrđuje mere za povećanje transparentnosti i otkrivanja informacija u korist potrošača i drugih krajnjih korisnika;
2. Uredba br. 36 o kvalitetu usluga elektronskih komunikacija (od 16. aprila 2018. godine) – Ova uredba predviđa; parametre i kvalitet za elektronske komunikacione usluge koje pružaju operatori na maloprodajnom tržištu, pravila za deklarisanje vrednosti parametara kvaliteta usluga, izveštaje koji se podnose i objavljuju, zahteve za merenja parametara i

godišnji izveštaj o kvalitetu objavljen od strane Regulatornog autoriteta za elektronske i poštanske komunikacije;

3. Uredba br. 39 o univerzalnim uslugama u elektronskim komunikacijama (od 4. jula 2018. godine);
Svrha ove Uredbe je da utvrdi obim univerzalnih usluga, zahteve kvaliteta usluga, postupak i uslove za pružanje takve usluge, postupak, uslove i slučajeve za nametanje obaveza univerzalnih usluga pružaocima elektronskih komunikacionih usluga.
4. Uredba br. 33 o prenosu brojeva za pretplatnike javnih elektronskih komunikacionih usluga (043/B/17, 26. juna 2017.) - Ova uredba utvrđuje zadatke i uslove koji moraju da ispune operateri mreža i/ili javnih komunikacionih usluga elektronski za pružanje mogućnosti prenosa broja. Ova uredba takođe utvrđuje mere za lako i brzo sprovođenje procesa boljeg prelaska pretplatnika. *Svrha ove uredbe je da garantuje sprovođenje prenosivosti brojeva od strane svih operatera koji pružaju mobilne i/ili fiksne elektronske komunikacione usluge, kao i da stvori bolje uslove za povećanje i zaštitu konkurencije.*

U cilju zaštite potrošača, RAEPK je osnovao Komisiju za rešavanje žalbi potrošača. Međutim, ostaje izazov povećanje broja osoblja i uspostavljanje departmana u okviru RAEPK-a za zaštitu potrošača.

RAEPK je izradio Smernice kako bi informisao pretplatnike usluga mobilne elektronske komunikacije o novim regulisanim tarifama rominga između Kosova i zemalja zapadnog Balkana (ZB) i pravima koja imaju.

Nove tarife rominga, koje se primenjuju od 1. jula 2019. godine, primenjuju se na sledeće zemlje Zapadnog Balkana: Albaniju, Severnu Makedoniju, Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu, kao i Srbiju.

Od 1. jula 2019. tarife za roming (pozivi, SMS i podaci / internet) između Republike Kosovo i zemalja ZB-a znatno su smanjene do potpune eliminacije koja će se dogoditi 1. jula 2021. godine.

Tabela: *Dužnosti, nosioci i predviđeni period za transpoziciju ciljeva i mera povezanih sa zaštitom potrošača u RAEPK-u*

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski resursi
			Godina:
Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije	1. Izrada i odobravanje primarnog i sekundarnog zakonodavstva u oblasti elektronskih komunikacija; 2. Odobrenje i početak primene nove digitalne strategije Kosova (2021-2030); 3. Otvaranje opsega frekvencija od posebne ekonomske vrednosti za pružanje usluga IMT-a; 4. Sprovođenje prenosivosti brojeva; 5. Ukidanje roming tarifa sa zemljama zapadnog Balkana (VB6) i smanjenje roming tarifa sa zemljama EU-a; 6. Promovisanje konkurencije na tržištu širokopojsnih elektronskih komunikacija, povećanje efikasnosti tržišne regulacije i ulaganje napora da se svim stanovnicima Kosova omogući brži pristup Internetu;	2016 / 2020	Redovni resursi budžeta Regulatornog autoriteta za elektronske i poštanske komunikacije.

4.7. Finansijske usluge – Centralna Banka Kosova (CBK)

Izraz finansijske usluge znači bilo koje pružanje finansijskih usluga od institucija licenciranih / registrovanih u okviru svoje finansijske aktivnosti, bez obzira da li su usluge: bankarstva, osiguranja ili penzija.

U ranim fazama uspostavljanja finansijskih usluga, kosovske vlasti su uglavnom bile fokusirana na razvoj finansijskog tržišta sa ograničenom pažnjom na zaštitu potrošača. Međutim, sa rastom finansijskog sektora i činjenice da potrošači sa manje finansijskih mogućnosti su počeli da koriste više finansijskih usluga, pažnja je usmerena i na njihovu zaštitu.

U svim politikama koje se odnose na finansijski sektor i njegove interakcije sa klijentima, CBK će slediti četiri cilja vezana za Strategiju CBK-a.

Sve predložene politike finansijskog sektora u oblasti zaštite i razvoja finansijske sposobnosti potrošača će imati za cilj da podrže ove ciljeve koji se odnose na: i) uključivanje, unapređenje održivog razvoja, održivo proširenje i zdrav razvoj finansijskog sektora, ii) stabilnost finansijskog sektora iii) integritet svih pružalaca finansijskih usluga, i iv) zaštita potrošača, tako da su oni pošteno tretirani.

U okviru svog delokruga u vezi sa zaštitom potrošača, od strane CBK-a u 2014. godini je funkcionalizovana Divizija za razmatranje pritužbi, trenutno vidi se značajan napredak u rešenju žalbi od strane ove divizije.

Pravne i institucionalne osnove za zdravu zaštitu potrošača već postoje ili u okviru CBK-a kao autoriteta za licenciranje, regulisanje i nadzor, čak i u okviru finansijske institucije koje rade na Kosovu.

Unapređenje pravnog okvira kao kontinuirani proces će takođe uticati dodatno povećanjem kvaliteta zaštite potrošača u oblasti finansijskih usluga. CBK u Strategiji 2015-2019 je postavilo ciljeve u okviru svojih ovlašćenja da usvoji i ažurira zakonske akte i da doprinese sprovođenju zakona u cilju poboljšanja kvaliteta i kvantiteta pravnog okvira. Pored unapređenja pravnog okvira će dodatno ojačati nadzor nad sprovođenjem pravnog okvira od strane finansijskih institucija. Pravni osnov i njegova primena su nerazdvojne komponente u zaštiti potrošača. Ovo povećava transparentnost finansijskih institucija i širenju informacija o finansijskim proizvodima koji neminovno utiču na rast kvaliteta pruženih finansijskih proizvoda.

CBK je takođe preduzeo konkretne korake u pogledu finansijskog obrazovanja korisnika finansijskih usluga, u cilju stvaranja odgovarajuće kulture finansiranja, koje pomaže sve zainteresovane strane da preduzmu odgovarajuće odluke. Sposobnost potrošača da razumeju finansijske informacije takođe treba ojačati u saradnji sa svim zainteresovanim stranama. Ovo će se postići kroz širenje aktivnosti na podizanju svesti potrošača finansijskih usluga za svoja prava koja CBK ima za cilj da postigne tokom ovog perioda.

Unapređenje pravnog okvira, povećanje transparentnosti rada finansijskih institucija, kao i dalji razvoj funkcije finansijske pismenosti potrošača - korisnika bankarskih i finansijskih usluga

su oblasti u kojima će Centralna Banka Kosova fokusirati većinu svojih aktivnosti u naredne četiri godine u sprovođenju politike zaštite potrošača.

U okviru delokruga rada ove institucije u vezi sa zaštitom potrošača, CBK je 2014. godine funkcionalizovao Departman za razmatranje žalbi, koji je već proširen, kao i broj zahteva za razmatranje žalbi povećan je na osnovu podizanja svesti građana za ostvarivanje svojih prava.

Takođe u 2017. godini, Departman za finansijsko obrazovanje i komunikacije je funkcionalizovano, u okviru Departmana za spoljne odnose. Iste godine je odobren Program finansijskog obrazovanja, koji služi kao osnova za sprovođenje aktivnosti finansijskog obrazovanja, kako bi se proširilo i razvilo finansijsko znanje za građane Kosova, kako bi bili sposobni da zaštite svoja prava, donose ispravne odluke i budu dobro informisani o svojim ličnim finansijskama, kao i u odgovornim odnosima sa finansijskim institucijama.

CBK kao organ za izdavanje dozvola, regulatorni i nadzorni organ neprestano radi na poboljšanju pravne osnove i pružanju preporuka za poboljšanje usluga u finansijskoj industriji.

Unapređenje pravnog okvira kao tekućeg procesa dodatno će povećati kvalitet zaštite potrošača u oblasti finansijskih usluga. U svom Strateškom planu za 2019-2021, CBK je postavio ciljeve da usvoji i ažurira pravne akte u okviru svojih nadležnosti i da doprinese donošenju pravnih akata, u cilju unapređenja kvaliteta i efikasnosti pravnog okvira. Pored unapređenja pravnog okvira, nadzor nad sprovođenjem pravnog okvira od strane finansijskih institucija biće dalje ojačan. Pravni osnov i njegova primena su nerazdvojne komponente zaštite potrošača. To utiče na povećanje transparentnosti od strane finansijskih institucija i proširenje informacija o finansijskim proizvodima.

Povećavanje transparentnosti, informisanja, obrazovanja i komunikacije sa javnošću su načini na koje će CBK nastaviti da utiče na javnost u donošenju odgovarajućih finansijskih odluka. CBK je kontinuirao aktivan kroz preduzimanje konkretnih aktivnosti, sprovođenje specifičnih projekata za različite ciljne grupe, pripremu obrazovnih materijala ili sprovođenje različitih saradnji.

U cilju stvaranja finansijske kulture u mladim godinama, sprovedeni su konkretni projekti za niži ciklus osnovnih škola i vrlo brzo se očekuje da će obrazovne knjige za razrede od I do V biti podeljene svim osnovnim školama u zemlji, uključujući i učenike sve zajednice na Kosovu. CBK i MONT su posvećeni nastavku zajedničkog rada na uključivanju finansijskog obrazovanja u nastavne programe na drugim školskim nivoima.

CBK je takođe pokrenuo projekat za izgradnju platforme za upoređivanje kamatnih stopa, čiji je cilj povećanje transparentnosti i uporedivosti cena među učesnicima na finansijskom tržištu na Kosovu, sa glavnim ciljem podrške potrošačima finansijskog sektora.

Realizacija obrazovnih aktivnosti vrši se ciljanjem različitih grupa relevantnim projektima, relevantnim obrazovnim materijalima i kroz relevantne kanale komunikacije. Jedan od kanala komunikacije je platforma za finansijsko obrazovanje www.edukimifinanciar.org, koja ima značajan broj posetilaca i koja se neprestano ažurira materijalnim informacijama za sve starosne

grupe javnosti. Na osnovu politika, svoje uloge i funkcije u dobrobiti finansijskog sektora u zemlji i blagostanju korisnika ovog sektora, odnosno finansijskih kupaca, CBK će se obavezivati da će ispuniti svoje ciljeve povezane sa Strateškim planom.

Tabela: *Dužnosti, nosioci i predviđeni period za transpoziciju ciljeva i mera povezanih sa zaštitom potrošača u Centralnoj banci Kosova*

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski resursi
			Godina:
Centralna banka Kosova	1. Unapređenje regulatornog okvira u oblasti zaštite korisnika finansijskih usluga i usklađivanje lokalnih propisa sa evropskim direktivama; 2. Pregled i dopuna internog pravila za tretiranje žalbi; 3. Unapređenje uloge CBK-a u oblasti zaštite i obrazovanja korisnika finansijskih usluga sprovođenjem ispitivanja u finansijskim institucijama sa fokusom na transparentnost ugovornih uslova i poslovnu etiku.	2016 / 2020	Redovni budžetski resursi Centralne banke Kosova.

4.8. Kvalitet prehranbnih proizvoda – Autoritet za hranu i veterinu (AHV)

Službene kontrole predstavljaju integralni deo sigurnosti i kvaliteta hrane. Zakon o hrani i zakon o veterinarstvu su osnovni zakoni koji određuju aktivnosti i kompetencije nadležnih inspekcijskih autoriteta za kontrolu hrane.

U cilju postizanja efektivnijih mera službene kontrole, takođe postoje i kompetencije i obaveze nadležnih organa naspram zvaničnih kontrola, gde se za potrebe zvaničnih kontrola predviđa uzimanje i analiziranje uzoraka, odnosno potreba za osiguranje pristupa u rezultatima testiranja kvaliteta. Iz tog razloga, predviđa se kao potrebno i uspostavljanje sistema upravljanja kvalitetom u laboratorijama naspram sprovođenja zvanične kontrole, odnosno radi razvijanja i podsticanja akreditacije laboratorija u skladu sa međunarodnim, evropskim i domaćim standardima. U nekim od zakona, (kao što je zakon o akreditaciji), su određeni zahtevi koji se trebaju ispunjavati od strane ispitnih laboratorija i referentnih laboratorija, njihovih obaveza, kao i način finansiranja troškova analize. U odnosu na domaću ili uvezenu hranu koja predstavlja ozbiljan i neposredan rizik po zdravlje čoveka, potrebno je reagovati odmah i efikasno radi eliminisanja rizika. Zbog ovih i drugih razloga, kroz zakonske odredbe treba razraditi mere, u zavisnosti od stepena opasnosti naspram sprečavanja ili eliminisanja rizika po ljudskom zdravlju.

Danas građani – potrošači predstavljaju važan stub u sistemu informacije za službene kontrole hrane. Organizacija građana kroz civilno društvo, pružanje informacija, debate, odgovornost strana da obaveste potrošača mogućim rizicima od hrane, su doprineli u podizanju učinka i odgovornost vlasti za kontrolu. U tom kontekstu EU ukazuje i obavezuje kao standardni deo HACCP-a da se omogući potrošačima praćenje proizvodnog procesa.

Kroz osnivanje Agencije za hranu i veterinu, postignuta je realizacija osnovnih odredaba Zakona o hrani, na taj način, doprinos u postizanju visokog nivoa zaštite potrošača, odnosno uspostavljanju poverenja kod potrošača. Očekuje se takođe da će agencija pružati naučne i tehničke savete koji su neophodni za politiku i zakonodavstvo u oblasti hrane i veterinarstva.

Zadatak Agencije je da zaštiti život i zdravlje ljudi obezbeđivanjem visokog nivoa sigurnosti hrane, uključujući ishranu životinja, zdravlje životinja, dobrobit životinja i kvalitet hrane biljnog i životinjskog porekla. Da bi zaštitili zdravlje i živote ljudi, Agencija je odgovorna za proveru, verifikaciju i inspekciju hrane i sirovina na svim nivoima u lancu ishrane.

Pored njene centralne uloge u procenjivanju, komuniciranju i upravljanju rizikom, Agencija obavlja druge delatnosti koje se povezuju sa analizom rizika. Jedna od ovih aktivnosti je interaktivna razmena informacija i mišljenja naspram rizika sa kompetentnim rizicima, radi stvaranja jedne zajedničke procene prema rizicima. Agencija takođe ima autoritet da koordiniše proces aktivnosti u upravljanju rizikom koja su izvođena od strane relevantnih ministarstava, posebno aktivnosti u vezi sa kontrolisanjem bezbednosti hrane i stočne hrane. Agencija, preko ovlašćene laboratorije za testiranje i upućivanje, vrši službenu kontrolu prehranbnih proizvoda u smislu sigurnosti i kvaliteta.

Agencija za hranu i veterinu kao nadzorni organ svog rada ima Upravni odbor agencije, u okviru kojeg, jedan od članova predstavlja udruženja za zaštitu prava potrošača. Ovaj odbor,

pored ostalog odgovoran je za nadgledanje dugoročne strategije koju je predložio glavni šef Agencije, posle konsultacija sa relevantnim ministarstvima i Naučnog veća, vodeći računa da se predviđene politike za bezbednost hrane i kvaliteta biti u skladu sa potrebama građana i međunarodnih standarda. Upravni Odbor usvaja godišnji izveštaj o radu Agencije, predlaženju program rada, finansijskog izveštaja, kao i o predlogu budžeta Agencije.

Institucionalni razvoj i uspostavljanje zakonskog i regulatornog okvira u oblasti bezbednosti hrane bio je i ostaje važan prioritet Vlade Kosova. Potrošač mora imati kvalitetne i sigurne proizvode. Da bi se zagarantovala zaštita zdravlja potrošača, mora se osigurati efikasno funkcionisanje svake karike u prehrambenom lancu.

Ovaj princip važi bez obzira na to da li se hrana proizvodi na Kosovu ili se uvozi iz drugih zemalja. Efikasna politika bezbednosti hrane mora prepoznati složenu prirodu proizvodnje ove hrane, kao i proceniti praćenje rizika po ljudsko zdravlje. Iz tog razloga, Vlada Kosova je imala i ima u svojoj pažnji jačanje kontrole i praćenja hrane koja se proizvodi i trguje na kosovskom tržištu namenjena za ljudsku ishranu i hrane koja se koristi za životinje.

Tabela: Obaveze, nosioci i predviđeni period za transpoziciju ciljeva i mera u vezi sa zaštitom potrošača u Autoritetu za hranu i veterinu

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski resursi
			Godina:
Agencija za hranu i veterinu.	1. Nacrt zakona o hrani 2. Administrativno uputstvo o zdravstvenim izjavama 3. Administrativno uputstvo o dodacima hrane 4. Izgradnja ili razvoj kapaciteta; • Povećanje broja sanitarnih, veterinarskih i fitosanitarnih inspektora 5. Podizanje svesti potrošača; • Ostaje uloga Odeljenja za zaštitu potrošača od strane MIT 6. Podrška i saradnja sa civilnim društvom	2016 / 2020	Redovni budžetski resursi Vlade Kosova, posebno AHV.

	• Podizanje svesti operatora poslovanja hranom u vezi sa konstruktivnim pristupom potrošaču, prijemom žalbi kao opravdanih, zajedničke sledivosti između autoriteta sa SOH-om i proizvođačima. 7. Tretiranje žalbi • Obuka sanitarnih, veterinarskih i fito sanitarnih inspektora za postupanje sa žalbama, o načinu izveštavanja u elektronskom sistemu. 7. Dodatni ciljevi: • Izgradnja objekata za regionalne kancelarije u 6 regiona, čiji je glavni cilj centralizacija Centralnog i opštinskog inspektorata, kako je predviđeno Zakonom o hrani, koji je u postupku izmena i dopuna, uvek u skladu sa pravilima i praksom EU-a.		
--	---	--	--

4.9. Alternativno rešavanje potrošačkih sporova - Ministarstvo pravde

Kao što je gore pomenuto sličnim ili drugim rečima, deo dužnosti i odgovornosti za zaštitu potrošača je koordinacija rada između nadležnih institucija za vezu u vezi sa sprovođenjem i pravom potrošača.

Sa aspekta šire zakonodavne infrastrukture, postoji dobra osnova za dalje unapređenje situacije u odnosu na zaštitu položaja i ustavnih i zakonskih prava građanina Kosova. U tom smislu, nadležne institucije u zakonodavnom telu, od kojih se očekuje da direktno ili indirektno utiču na primenu zakona o zaštiti potrošača, posledično ciljevi, putem kojih se teži da se trenutnu situaciju poboljša u narednih pet godina, su prikazani u sledećoj tabeli.

Alternativno rešavanje sporova (ARS) se bavi procesima i tehnikama rešavanja sporova kao sredstvo za stranke u sporu radi postizanja dogovora pre sudskog postupka. ARS predstavlja kolektivni izraz za načine rešavanja sporova između stranaka, uz (ili bez) pomoći treće stranke.

Kada govorimo o zapadnom svetu, poznato je da je ARS, tokom poslednjih godina, pokazivao široko prihvatanje u široj javnosti i u pravnoj profesiji. U stvari, neki sudovi traže da stranke potraže podršku putem bilo koje vrste ARS-a, obično posredovanjem, pre sudskog rešavanja predmeta. Štaviše, Evropska direktiva o posredovanju (2008) takođe izričito predviđa posredovanje kao „obavezno”, podrazumevajući da je učešće obavezno (mada se do rešenja ne mora uvek doći putem posredovanja).

Povećanje popularnosti ARS-a je uglavnom rezultat opterećenja/povećanja broja predmeta u redovnim sudovima, shvatanja da ARS uzrokuje manje troškova od parnice, sklonosti poverljivosti i većoj moći stranaka u odabiru pojedinaca koji donose odluke u odnosu na sporove.

ARS se obično manifestuje putem formalnih i neformalnih sudova, kao i putem formalnih i neformalnih procesa posredovanja. Poznato je da Tribunal ima klasični formalni oblik. Klasični formalni proces posredovanja se odnosi na posredovanje od strane posrednika (pojedince ili veća) određenog od strane suda. Klasične neformalne metode su društveni procesi, upućivanja neformalnim organima vlasti i posredovanje. Glavna razlika između formalnih i neformalnih procesa je: Čekanje sudskog postupka, kao i nedostatak formalne strukture za primenu postupka.

Poznato je da se alternativno rešavanje sporova kroz istoriju pojavljivalo u tri oblika:

1. Metode u obliku rešavanja sporova izvan službenih sudskih mehanizama;
2. Neformalne metode oslanjanja na (zavisnost od) službene sudske mehanizme;
3. Nezavisne metode, kao što su programi posredovanja i *ombudsmani* unutar organizacija.

Štaviše, tradicija ovih načina rešavanja sporova se često razlikuje među kulturama, međutim postoje zajednički elementi koji opravdavaju čitav sistem. Generalno, ARS se može podeliti na najmanje četiri vrste: pregovaranje; posredovanje; zadružno pravo i arbitraža.

Potrošači često biraju upotrebu različitih mogućnosti, u zavisnosti od potreba i okolnosti sa kojima se suočavaju, kao što su:

1. Pregovaranje - predstavlja dobrovoljno učešće i u ovom slučaju nema potrebe za trećom stranom u odnosu na postizanje rešenja.
2. Posredovanje - predviđa posredovanje treće strane, koje pomaže u rešavanju problema, često predlažući rešenje (poznato kao „predlog posrednika”), ali ga ne nameće strankama.
3. Zadružno pravo - predviđa da svaka stranka ima zastupnika/advokata koji obezbeđuje postupak rešavanja u okviru specifičnih uslova ugovora. Stranke dolaze do saglasnosti uz pomoć advokata (obučenih za procese) i prethodnih veštaka za međusobnu saglasnost. Niko ne nameće rešenje između stranaka. Međutim, proces predstavlja formalnost kao varijantu unutar pravosudnog sistema.
4. Arbitraža - se zasniva na dobrovoljnom učešću, u prisustvu treće stranke (kao privatnog sudijske) koja nameće rezuluciju.

U odnosu na alternativno rešavanje sporova potrošača u Republici Kosovo, trenutno postoji potreba za istinskom intervencijom u funkcionisanju takvih procesa, pre svega kao rezultat opterećenja sa kojim se suočava trenutni sudski sistem Kosova (i ne samo u odnosu na potrošača). Iskustvo zemalja u regionu, posebno onih koje su išle istim putem tokom procesa stabilizacije/pridruživanja Evropskoj uniji, nam daju mogućnost da uporedimo, odnosno kako da dalje radimo kako bismo osigurali odgovarajući pristup funkcionisanju ovih mogućnosti.

Na primer, imamo slučaj države Hrvatske, gde su različiti oblici/mogućnosti pristupa potrošača trenutno postigli stepen ugledne konsolidacije kao rezultat višegodišnje posvećenosti. Trenutno postoje četiri centra za savetovanje (koje vode nevladine organizacije koje finansira Vlada), pri kojima se žalbe mogu obrađivati pre nego što budu predmet prekrivičnog spora (obično poznato kao „vansudsko rešavanje sporova”), koji funkcionišu u okviru Privredne komore, odnosno pri ili pod nadzorom „nezavisnih tela” (lica/tela kvalifikovanih za postizanje saglasnosti), ili predstavnika *Ombudsmana*. Sastanak se, u ovom slučaju, može organizovati ukoliko postoji volja obeju stranaka (nakon kontakata posrednika), uvek u prisustvu lica za postizanje saglasnosti, pri čemu se tada zna da postignuta saglasnost ima pravni osnov. Kao što je gore pomenuto, ukoliko postupak nije rešen u ovom obliku, suđenje se može pokrenuti pri odgovarajućoj sudnici.

Uprkos činjenici da je potreban sistem prekrivičnog postupka u Republici Kosovo, jedini oblik pristupa u odnosu na alternativno rešavanje sporova je oblik poslovanja sa biznisom (dakle ne vrste potrošač sa biznisom) pri posebnoj prostoriji u okviru Privredne komore Kosova. Preopterećenost pravosudnog sistema i nadležnih inspektorata na tržištu (i ne samo) Kosova, predstavlja neophodnu potrebu angažiranja o stvaranju potrebnih struktura u odnosu na alternativno rešavanje sporova svih oblika. U tom smislu, Departman će, u koordinaciji sa Savetom za zaštitu potrošača, tokom perioda za koji se očekuje da će Potrošački program trajati (od 2016. do 2020), preduzeti sve potrebne napore da stvori ili bar pokrene pitanje potrošača u ovom pravcu. U svom obliku (direktno ili indirektno) ovo pitanje je povezano sa jednim od glavnih ciljeva ovog programa, odnosno jačanjem saradnje sa NVO-ima. Ovo se takođe zasniva na veoma neophodnom razlogu za osnaživanje predstavnika u obliku nevladinih udruženja. Sve dok gore navedeni kapaciteti ne postoje, pitanje žalbi se može ostaviti kao unutrašnje pitanje

javne institucije (kao što je prikazano u novom predlogu organizacione šeme - deo odeljenja za informisanje i obrazovanje).

Tabela: *Dužnosti, nosioci i predviđeni period transpozicije ciljeva i mera koji se odnose na zaštitu potrošača u instituciji Ministarstva pravde*

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući izvori finansiranja
			Godina:
Ministarstvo pravde	a. Izmena i dopuna Zakona o posredovanju - prenošenje Direktive, odnosno Uredbe EU-a o alternativnom rešavanju sporova. b. Zakon o obligacionim odnosima - dopunjavanje direktiva EU-a u vezi sa oštećenim proizvodima, odnosno uređenje gledišta garancije proizvoda za potrošače.	Od 2016. do 2020,	Redovni budžetski izvori Ministarstva pravde

4.10. Podrška od strane poslovanja – Privredna komora Kosova

U periodu od 2021. do 2025. godine, Privredna komora Kosova planira sledeće aktivnosti u oblasti zaštite potrošača:

1. **Podizanje svesti javnosti** - Privredna komora Kosova, kao jedan od nosilaca sprovođenja zaštite potrošača, neprekidno informiše i obrazuje svoje članove o neophodnosti zaštite potrošača, važnom civilizacijskom dostignuću i simbolu demokratskog društva. Tako se, kompanije članice Privredne komore Kosova, uglavnom informišu o novim predlozima, ali i zakonskim rešenjima iz različitih oblasti, posebno u oblasti zaštite potrošača, a sve kako bi pomogle u primeni ovih zakonskih odredbi u poslovanju kompanija. Treba naglasiti značaj obrazovanja kompanija, kao i zaposlenih u sistemu Privredne komore Kosova u oblasti zaštite potrošača, koje se sprovodi u saradnji sa nadležnim ministarstvima, u cilju povećanja informacija i pružanja konkretnih rešenja za članove kosovske poslovne zajednice.
2. **Bezbednost i kvalitet hrane** - Privredna komora Kosova će neprekidno sprovoditi niz aktivnosti koje povećavaju nivo informisanosti kompanija i potrošača, kako bi se

obezbedila sledljivost, bezbednost i kvalitet hrane u čitavom prehrambenom lancu, u skladu sa pravnim tekovinama EU-a u oblasti bezbednosti hrane i kvaliteta hrane, obezbeđujući tako sledljivost potrošača i zdravu hranu u čitavom lancu, od njive do stola.

3. **Trgovina** - Glavna i osnovna funkcija trgovine uključuje snabdevanje stanovništva odgovarajućim proizvodima/uslugama, poštujući potrošače ili njihove potrebe, pokušavajući da se rukovodi načelima politike zaštite potrošača. Putem neprekidne saradnje sa nadležnim ministarstvima, Privredna komora Kosova će nastojati da doprinese boljim uslovima za obavljanje trgovinskih aktivnosti i višem nivou zaštite potrošača.
4. **Nepokretna imovina** - Privredna komora Kosova ima aktivnu ulogu koju i dalje planira da igra u oblasti posredovanja u prometu nepokretne imovine putem javnog autoriteta koji ima, da organizuje stručni ispit u saradnji sa Ministarstvom za ekonomski razvoj za procenitelje nepokretne imovine, da vodi adresar i „Registar procenitelja nepokretne imovine” i da obezbedi obuku za procenitelje nepokretne imovine u cilju podizanja nivoa kvaliteta rada procenitelja, što direktno utiče na zaštitu interesa potrošača.

Posebno je važno napomenuti da su adresar i registar javni i dostupni na internetu, na internet stranici Privredne komore Kosova, kojima svako ima pravo pristupa i na taj način omogućava potrošačima da dobiju bolju uslugu i veću pravnu sigurnost.

5. **Finansijske usluge** - Privredna komora Kosova će, nezavisno ili u saradnji sa ključnim zainteresovanim stranama u sprovođenju finansijskog obrazovanja u Republici Kosovo (Ministarstvo za finansije, CBK, Agencija, Ministarstvo lokalne samouprave i druga ministarstva, fakulteti i druge institucije) i članovi strukovnih udruženja, preduzimati odgovarajuće aktivnosti u cilju zaštite potrošača finansijskih usluga. Aktivnosti će se uglavnom usredsrediti na podizanje nivoa finansijskog obrazovanja potrošača i poslovanja (posebno malih i srednjih preduzeća), koristeći uporedne prednosti Privredne komore Kosova putem mreže regionalnih komora u 7 gradova Kosova, radi obezbeđivanja finansijskog obrazovanja u svim delovima Kosova, a budući da su finansijske institucije članice Privredne komore Kosova preko Udruženja banaka Kosova, mogu obukom obuhvatiti sve vrste finansijskih usluga.
6. **Arbitraž**a - Kako bi se organizovala stalna arbitraž, nadležna za rešavanje poslovnih sporova između članova Privredne komore Kosova i između članova i drugih pravnih ili fizičkih lica, na osnovu Zakona br. 2004/7 o Privrednoj komori Kosova, Skupština Republike Kosovo je 24. juna 2011. godine usvojila „Pravila arbitraže Kosova”. Na osnovu ovih pravila, Institucija koja upravlja arbitražnim postupkom u okviru Privredne komore Kosova je Stalni arbitražni sud. Takođe, institucionalna pravila arbitraže su izrađena u skladu sa odredbama zakona br. 02/L-075 o arbitraži.

Stalni arbitražni sud („SAS”) predstavlja restrukturiranu instituciju koja je evoluirala iz arbitražnog suda pri Privrednoj komori Kosova (PKK). Važeće zakonodavstvo, odnosno Zakon br. 2004/7 o Privrednoj komori Kosova, izričito ovlašćuje PKK da pruža usluge arbitraže.

Arbitraža je postupak koji danas globalno dominira u sporovima između poslovanja. Najkomplikovanije sporove i sporove od najveće vrednosti, širom sveta, rešavaju arbitražni sudovi.

Arbitražni postupak je transparentan i strankama obezbeđuje sredstva kontrole postupka. Postupak je predviđen pravilima arbitraže. Stranke u postupku moraju u ugovoru imati klauzulu o arbitraži. Kao glavne prednosti arbitraže u odnosu na državne sudove se smatraju: (i) fleksibilnost; (ii) efikasnost u vremenu i troškovima; (iii) pravosnažnost arbitražne presude i (iv) poverljivosti postupka i rešenja. Rešenja su pravosnažna.

Privredna komora Kosova, putem informisanja poslovanja o mogućnosti korišćenja ovog Suda, teži da utiče na ubrzanje rešavanja problema, dobijanje na vremenu i smanjenje troškova poslovanja.

Poglavlje V

5. PODIZANJE SVESTI POTROŠAČA

Podizanje svesti potrošača - da shvate rizike, probleme, pretnje, štete, negativne radnje i često nepopravljive posledice, koje zavise od nekih uticaje ili čak faktora donošenja odluka, znači da imaju potencijal i svest o značaju i posledicama koje mogu proizaći iz gore pomenutih pojava. Stoga, podizanje svesti, ne samo građana - potrošača, već i našeg društva, zahteva vreme, investiranje i resurse iz raznih izvora.

Podizanje svesti potrošača treba se uzeti i postupati sa mnogo nadležnosti i neprekidne ozbiljne posvećenosti, kako od strane stručnih institucija, tako i od strane nosioca ovog programa, kao faktora, modaliteta i komponenti od velikog značaja i očekivanih pozitivnih dejstva u senzibilizaciji, aktiviranju i mobilizaciji što većeg broja građana - potrošača po pitanjima zaštite njihovih prava i interesa na Kosovu. Nadležne institucije za sprovođenje ustavnih i zakonskih odredbi o zaštiti potrošača imaju dužnost da, i u svrhu sprovođenja ovog programa, izrade posebne akcione planove za potpuno i neprekidno podizanje svesti kosovskih potrošača.

Uopšteno, tokom poslednjih godina je poznato da je došlo do poboljšanja uporedo podizanju svesti javnosti o pravima potrošača na Kosovu, a na to su uticale i neke aktivnosti preduzete od strane Departmana za zaštitu potrošača pri MTI-i. Međutim, znanja potrošača o njihovim pravima su i dalje relativno niska i ovaj program ima za cilj izgradnju, od realizacije relativno dobrog rada na podizanju svesti tokom perioda od 2021. do 2025, kao i putem planiranja koje rezimira niz daljih aktivnosti tokom perioda od 2021. do 2025. godine. Ove aktivnosti se mogu definisati u tri kategorije:

- Kratkoročne aktivnosti - za rano sprovođenje ili aktivnosti koje se u načelu mogu odmah izvršiti, pozivajući se na trenutne okolnosti na Kosovu;
- Srednjoročne aktivnosti - za kasniju primenu tokom perioda od 2016. do 2020. ili aktivnosti kojima je potrebno više vremena za predstavljanje, u početku se posvećujući preliminarne aktivnostima koje predviđaju moguće promene i razvoj u praksama prema potrošačima i maloprodajnim praksama na Kosovu;
- Aspirativne opcije, koje predstavljaju poteškoće da se u potpunosti sprovedu u roku, ali koje predstavljaju takozvane „najbolje prakse”.

Ovde se predviđaju sve izabrane aktivnosti za podizanje svesti tokom perioda od 2016. do 2020. godine, definišući ih u tri kategorije. Sve ove informacije se zatim sažimaju u tabeli, kao što je prikazano na strani 30. Svrha teme ovog plana je da ga učini višedimenzionalnim, tj. da uključi razne vrste aktivnosti koje ciljaju na najširi profil potrošača. Prema ovom programu, predviđene aktivnosti tokom perioda od 2021. do 2025. godine su predviđene kao u nastavku:

1. Promocija;
2. Prisustvo *online* na internetu;
3. Emitovanje & novinarstvo: TV, radio i novine;

4. Događaji iz „stvarnog sveta”;
5. Obrazovne aktivnosti usmerene na mlade potrošače;
6. Zajedničke aktivnosti sa međunarodnim partnerima;
7. Javne ankete;
8. Obrazovni planovi i programi.

5.1. Promocija

U konkretnom slučaju, promocijom se podrazumevaju sledeće aktivnosti:

1. Video promocija,
2. Tekstualne poruke (SMS),
3. Oglašavanje na internetu putem raznih banera,
4. Putem štampanih materijala.

Video promocija - opštepoznata kao efikasan način prenošenja poruka širokom spektru potrošača koji ih primaju. Departman za zaštitu potrošača je i ranije koristilo promotivne video zapise, ali trenutni cilj je proširiti praksu ove vrste promocije. Na primer, isti sadržaj se može koristiti na nekoliko različitih promotivnih platformi, kao što su:

- Komercijalno oglašavanje na televiziji;
- Na internet stranici Ministarstva;
- Na internet stranicama koje uživaju veliku gledanosti (npr. *YouTube*);
- Putem društvenih medija.

Tradicionalno, sadržaj visokokvalitetnog promotivnog video zapisa zna da bude prilično skup za izradu, a to posebno uporedo sa dodatnim troškovima koji se odnose na TV operatere ili operatere mrežnih video platformi. Međutim, napretkom tehnologije, troškovi video produkcije su se znatno smanjili, odnosno potencijalne dobiti od dosezanja široke publike čine video promociju dobrom alternativom tokom perioda programa.

Sadržaj promotivnih video zapisa treba da bude kratak, sažet i tematski. Visokokvalitetne realizacije su važne u pogledu televizijskih promocija, zato što televizijski gledaoci očekuju tako nešto. Takođe će biti uzeti u obzir i alternativni oblici realizacije naspram „kućnih” promotivnih video zapisa (nizak budžet), posebno u pogledu njihove manje formalne upotrebe, kao na primer prilikom promocije putem društvenih medija. Svakako, očekuje se da će sve video promocije biti merodavne i dostojanstvene, tj. impresivne, ali ne tako sjajne kao kada je reč o luksuznom oglašavanju. Predviđa se da će promotivni materijal ove vrste biti zanimljiv, ali ne i dekorativan.

Sve vizuelne promocije imaju koristi od efikasnog označavanja. Stoga se, takođe, predviđa posebno osvrst na stvaranje jasnog vizuelnog brenda za Departman za zaštitu potrošača, u početku putem odgovarajućeg logoa.

Pitanja koja se rešavaju promocijom treba da prate ključne teme identifikovane u novom materijalu portala (kao što je prikazano u nastavku) i inicijative za koje se očekuje da će biti pokrenute tokom tog perioda.

S obzirom na to da video promocije koštaju, važno je izmeriti njihovu delotvornost. Pored uopštenih mehanizama razmatranim u drugim poglavljima (npr. rezultati poziva/žalbi i anketa), video promocija se identifikuje i sa drugim oblicima merenja, kao što su podaci o gledanosti televizije, broj poseta portalu i „klikovi” na različitim internet stranicama (npr. *YouTube*).

SMS (tekstualne poruke) - Ovu vrstu promocije je u stvari već uveliko koristio Departman za zaštitu potrošača. Na primer, u 2019. godini je poznato da su tekstualne poruke poslone na 900.000 potrošača, identifikovanih kao najveći korisnici ove vrste komunikacije na Kosovu. Štaviše, poznato je da su aktivnosti ove vrste uvek rezultirale trenutnim povećanjem poziva primljenih u Odeljenju za zaštitu potrošača. Konkretnije, samo tokom 2014. godine, rezultat prosleđivanja više od 900.0000 SMS poruka potrošačima putem telefonskog operatera „Vala”, je rezultirao ozbiljnom svešću u vezi ili kada je reč o pozivima za prijavljivanje kršenja prava potrošača. Očekuje se da će slične promocije putem SMS-a biti preduzete tokom perioda od 2021. do 2025, putem raznih pružalaca telefonskih usluga na Kosovu.

Promocija putem oglašavanja na internetu - Skoro kao i svuda u svetu, upotreba usluga interneta na Kosovu je zabeležila brzi porast broja korisnika tokom poslednjih decenija. Konkretno na Kosovu, približno tri četvrtine stanovništva su poznati kao korisnici Interneta. Iz tog razloga je promocija na internet stranicama koje se često posećuju predviđena kao potencijalno dobra metoda za podizanje svesti potrošača.

Promocija putem „banera” se posebno odnosi na dinamičko prikazivanje oglašavanja na različitim internet stranicama tokom korišćenja od strane trećih lica, posebno putem uvođenja poveznice na koju se može pritisnuti i koja vodi direktno na internet stranicu oglašavača. Međutim, što se tiče rezultata iz aktivnosti, zatim je za ovu vrstu promocije lako izračunati i stvarni broj „klikova” trećih lica.

Dodatna dobit (manje opipljiva), u ovom slučaju je i svest o takozvanom „brendu”, ovo za one korisnike koji vide oglas, ali se ne odluče da pritisnu na njega.

Posebna pažnja se posvećuje odabiru ciljanih portala pre objavljivanja oglasa putem banera. Posebno, informativni portali na Kosovu predstavljaju dobru priliku za postavljanje promotivnih banera. Očekuje se da će se, ostala važna pitanja, detaljno razmotriti i odlučiti u toku ili pravovremeno, kao što su:

- Da li promocija treba da se postavi putem jednostavne grafike ili bi animacije/video zapisi trebali biti profesionalno proizvedeni?
- Na koje portale bi se korisnici trebali uputiti?
- Da se ciljaju pojedinačni portali naznačeni za plasiranje promotivnog materijala ili nam je potrebno angažovanje stručnjaka za promociju u distribuciji banera rasprostranjenijoj mreži ili na nizu internet stranica?

Glavni faktori donošenje ovih odluka će biti budžet i pogodnost cilja sa vremenom.

Štampani materijali - Napredak interneta i elektronskih komunikacija je izazvao pad proizvodnje i upotrebe štampanih promotivnih materijala. Očekuje se da će se ovaj trend nastaviti, dok se proizvodnja velikih količina štampanih letaka uopšteno predviđa kao sekundarna u narednim godinama.

U ovom slučaju se ne isključuje planirana proizvodnja malih kartica u obliku letaka. Ovaj oblik promocije se zna efikasno koristiti od strane Departmana za zaštitu potrošača u prošlosti, npr. kao što je slučaj sa opštim letkom koji promovise usluge Odeljenja za zaštitu potrošača ili u vezi sa karticom sa savetima u odnosu na to kako bezbedno koristiti hranu. Ovi leci, ukoliko ih uzmemo za analizu, su predstavljeni kao kratki (sažeti u kontekstu), detaljniji i napravljeni uglavnom od kartonskog materijala, što ih čini čvršćim, pored toga što ih potrošači upućuju u dužem vremenskom roku. Uprkos velikoj popularnosti mreže interneta, treba imati na umu da značajnoj manjini potrošača pristup internetu nije omogućen, a ovaj oblik promocije jedan je od načina da se do njih dođe.

Očekuje se da će leci i promotivne kartice biti proizvedeni po potrebi i da budu prisutni u okviru budžetskih kapaciteta tokom vremena. Teži se da se raspodeljuju na različite načine, kao što su novine, časopisi ili drugi štampani materijali koji se široko koriste; događaji iz stvarnog sveta putem kontakata sa potrošačima.

Ostali oblici promocije - Takođe se razmatraju i drugi oblici promocije, ali koji se trenutno ne smatraju primarnim za aktivnosti podizanja svesti. Od ovih poslednjih se trenutno mogu izdvojiti, takozvani bilbordi i radio promocije. Iskustvo iz prošlosti na Kosovu sugerise da ove vrste promocija mogu biti manje efikasne od gore izabranih metoda. Svakako, njihov izbor se može razmotriti sa promenom okolnosti.

5.2. Prisustvo online na internetu

Snažno prisustvo na internetu je od vitalnog značaja za uspeh svake moderne organizacije. Za Departman za zaštitu potrošača se smatraju tri glavna aspekta, a to su: sadržaj na portalu Ministarstva; pristup korisnika sa mobilnih telefona; korišćenje društvenih medija.

Portal Departmana za zaštitu potrošača (DZP/MTI) - Oblik dizajna i sadržaj materijala na službenom portalu je jedan od ključnih elemenata prema verodostojnosti javnosti bilo koje organizacije. Portal DZP-a je već poznat po tome što potrošačima pruža praktične informacije, kao što su osnovna prava potrošača, mogućnost žalbe u elektronskom obliku (mrežno), savetodavni video zapisi, dobijanje saveta, ulaganje žalbi itd.

Na osnovu onoga što je do sada urađeno, u narednim godinama je planirano proširivanje informacija u većoj meri od one koja trenutno cirkuliše na portalu Ministarstva. Konkretnije, u početku je planirano da se pozabavi osnovnim pravima potrošača, pri čemu se teži na stvaranju niza smernica („e-letaka”) putem kojih će se, pored zaštite potrošača, razraditi i posebije teme. Na prvom mestu se očekuje da ove smernice igraju ulogu sažetka ili opštu ulogu zajedno sa

odabranim temama (prvi/gornji nivo), a zatim da budu ponovo dopunjeni serijom drugih smernica (drugi nivo) koji sadrži više detalja naspram odabranih tema, npr. poput one u sledećoj tabeli.

Nivo	Naslov	Sadržaj
Prvi nivo	Prava potrošača prilikom kupovine robe	Opšti uvod: pravo garancije; pravo da se roba ne opiše pogrešno itd.
Drugi nivo	Kupovina robe putem interneta	Pravo na informacije tokom kupovine putem interneta, pravo na otkazivanje u roku od 14 dana itd.
Drugi nivo	Opasna roba	Detaljne informacije u vezi sa bezbednošću robe itd.
Drugi nivo	Nepravične trgovačke prakse prilikom prodaje robe	Obmanjujuće radnje prevare, propusti, agresivna trgovačka praksa itd.

Gornja tabela je samo ilustracija, a predviđa se da se odluke, uporedo sa sažetim temama i suštinskim strukturama o pravima potrošača, donesu nakon pažljivog razmatranja opcija. Konkretno primer kada se bavimo sažetim temama („visoki nivo”) su načela Ujedinjenih nacija ili Zakoni EU-a o zaštiti potrošača. Druga opcija može biti strukturiranje oko tema na koje se odnosi većina primljenih žalbi, kao što su kada su u pitanju garancije za proizvode, bezbednost hrane, cene itd.

Uključivanjem dodatnog materijala na portal Ministarstva se predviđa značajno povećanje usluge koja se pruža potrošačima u pogledu njihovih prava. Detalji o odabranim temama mogu se dodavati sistematski/neprekidno tokom čitavog vremena, pored informacija koje će biti dostupne. Ovo se predviđa da omogući potrošačima da budu svesni svojih prava pre kupovine proizvoda i usluga i šta da rade kada stvari ne idu kako treba tokom trgovinske razmene. Sa druge strane, službenicima Departmana za zaštitu potrošača će, takođe, biti pružena mogućnost da potrošače koji traže pomoć „upute” putem linije za žalbe, da se takođe pozivaju na informacije na portalu, a da im ovo olakša upućivanje u odnosu na savete koji se daju putem telefona.

Na kraju, očekuje se da će i portal Ministarstva za zaštitu potrošača biti predmet još dveju značajnih promena:

1. Uključivanje opšte adrese e-maila koju korisnici mogu koristiti kako bi uložili žalbe ili prijavili/rešavali probleme. Očekuje se da će ovo potrošaču pružiti dodatne mogućnosti pored žalbi putem telefona. Štaviše, elektronski obrazac je danas poznat kao najbolja praksa komunikacije sa potrošačima. S tim u vezi, Direktiva EU 2000/31/EZ o elektronskoj trgovini propisuje da je za sva preduzeća u Evropskoj uniji obavezno prisustvo na mreži putem internet stranice.

2. Stvaranje alternativnih obrazaca naspram kampanja sa posebnim specifikacijama. Inicijativa predviđa dizajn sažetih informacija u odnosu na specifične okolnosti različitih događaja. U ovom slučaju se predviđa stvaranje pojednostavljenih URL-a (*uniform resource locator*) u odnosu na mrežne obrasce, kako bi se pomoglo ovoj vrsti prakse.

Poboljšanje pristupa putem mobilnog telefona - Savremeni potrošači, uglavnom izbegavaju pristup internetu putem tradicionalnih računara (*desktop*, *laptop*) i više se usredsređuju na uređaje poput mobilnih telefona i takozvanih tableta. Kako bi organizacija bila što efikasnija putem interneta, sam portal mora imati što lakši pristup putem mobilnih uređaja, posebno mobilnih telefona. Portal koji se dobro odražava na laptop računaru ne mora nužno izgledati dobro i preko mobilnog telefona, gde se može videti samo delimično ili nepotpuna verzija portala zbog malog ekrana, što često nervira korisnike interneta.

Iako je ova mogućnost (pristup putem telefonskih portala) omogućena već nekoliko godina, postoje načini putem kojih se sadržaj portala može poboljšati i biti još primamljiviji za korisnike mobilnog interneta, i to:

- U svom obliku, ovo je zamišljeno idealno, jer bi pristup portalu bio potpuno efikasan na oba uređaja (mobilni i desktop). Mogući problemi sa ovim pristupom uključuju troškove konfiguracije i često nemogućnost da se pristupi ili pronade okidač poddomena portala sa mobilnog uređaja;
- Primena takozvanog „reaktivnog dizajna”, vrste portala koji se automatski prilagođava dizajnu korišćenog uređaja. Poteškoće povezane sa ovom opcijom mogu biti: troškovi, organizaciona politika i lančani/neželjeni efekti usled trajnih promena na portalu;
- Stvaranje aplikacije za koju se zna da je efikasna i široko korišćena metoda. Međutim, aplikaciju ove vrste, loše dizajniranu, korisnici bi odbacili ili bi se očekivalo da bude efikasna usled promena u sadržaju, npr. informacija o novim zakonima itd.

Očekuje se da će se opcija poboljšanja mobilnog korisničkog iskustva usredsrediti prvenstveno na prednosti i slabosti povezane sa korisničkim iskustvom; troškovi; politike ministarstva. S tim u vezi, očekuje se konsultacija sa nadležnim akterima i stručnjacima IT-a, a zatim će biti donesena odluka o tome kako dalje nastaviti.

Korišćenje društvenih medija - U kratkom roku od samo nekoliko godina, društveni mediji postali su deo života miliona ljudi širom sveta. Ista stvarnost se doživljava i na Kosovu, konkretna, poznato je da približno 80% stanovništva ima pristup mediju „Facebook”. U vezi sa zaštitom potrošača, prisustvo na Internetu predviđa u budućnosti i upotrebu društvenih medija kao što su *Facebook* i *Twitter*, ne isključujući druge društvene medije.

Korišćenje *Facebook*-a od strane vladine institucije nije predviđeno kao sredstvo koje se može tako lako koristiti (zbog same činjenice da se uspeh ovog medija podržava na ne tako formalan stil). DZP je već postigao uspeh na *Facebook*-u. Međutim, od sada će DZP/MTI težiti da pronade odgovarajuću ravnotežu, da u početku bude zanimljivije, da ima lak pristup i da bude opuštenije sa jedne strane, a istovremeno na odgovarajućem nivou ozbiljnosti, što odražava

dostojanstvo državne institucije. Ovo ne predstavlja lak izazov, ali s obzirom na značaj *Facebook-a* u svakodnevnom životu stanovnika Kosova prema internetu, ovaj se cilj mora ostvariti.

Departman za zaštitu potrošača je već stvorio pristup na *Facebook-u*, pri čemu često rezultira hiljadama „sviđanja” na razne objave (posebno kada se radi o opasnim proizvodima koji su u prometu na tržištu) i gde potrošači mogu da kontaktiraju Departman za pitanja i žalbe. Predviđa se da će se pristup *Facebook-u* još više razviti i to pokretanjem ili putem novih inicijativa. Predviđa se da će *Facebook* biti organizovan na taj način da u potpunosti ima interakciju sa sadržajem portala Ministarstva i drugih izvora, u zavisnosti od okolnosti.

Nova inicijativa na *Facebook-u* će se smatrati takozvanom *online* (direktnom linijom) ili čak „*chat*” (kao što je poznatija u međunarodnim krugovima), kao nešto što do sada nije postignuto, iako je predviđeno putem programa od 2016. do 2020.

Najbolji način za postizanje ovog oblika komunikacije bi bio zasnovan na „specifičnim temama”, promovisanjem vremena i datuma određenih za događaje putem društvenih medija i drugih kanala. Ova vrsta komunikacije bi omogućila Odeljenju pristup potrošačima putem dva oblika: kada je reč o aktivnim učesnicima, posebno kada su u pitanju komentari i pitanja, pre nego što im se radi radoznalosti ponude odgovori; kao i kada je reč o takozvanim pasivnim potrošačima, koji vide i čitaju sadržaj „časkanja”, ali nisu uključeni u raspravu.

Jedna od opasnosti korišćenja društvenih medija je anonimnost korisnika, što u tom slučaju može rezultirati nerazumnim (kritičnim ili uvredljivim) objavama. Treba predvideti postupanje sa takvim objavama, kao i komentarima na zvaničnim internet stranicama, kada je u pitanju zaštita potrošača uopšte.

Ostali aspekti strategije *Facebook-a* uključuju:

- Korišćenje *Facebook-a* kao analitičkog alata prema interesima (pregledi, posete, procene...);
- Korišćenje fotografija, video zapisa, grafika, ilustracija i drugih materijala kao dopuna sadržaju tekstova;
- „Radno vreme”, proveru stranice se u ovom slučaju takođe treba objaviti, odnosno redovno vreme praćenja tokom tog vremena;
- Svaka zloupotreba korisnika ovog oblika se treba hitno rešiti;
- Razmatranje korišćenja „označavanja” (*tagging*) i drugih interakcija sa organizacijama i ostalim korisnicima *Facebook-a*.

Korišćenje mreže *Twitter-a* na Kosovu je mnogo niže od korišćenja *Facebook-a*. Procenjuje se da su svega 7% stanovništva korisnici ove mreže. Međutim, kao i u drugim zemljama, *Twitter* uglavnom koriste političari, novinari i analitičari, kao i mladi korisnici interneta. Stoga se predviđa kao važno da organizacija bude prisutna i na *Twitter-u*.

Uspostavljanje pristupa *Twitter-u* na internetu će se tretirati kao vrlo važno pitanje. U početku će se ovo koristiti za promociju različitih aktivnosti, na primer, za događaje kao što je nedelja potrošača ili čak postavljanje poveznica putem takozvanih cvrkuta (*tweets*) prema

detaljnijim informacijama na internet stranici. Posebnu pažnju treba obratiti na poveznice za povezivanje sa *Facebook-om*, putem specijalizovanog softvera, kao što je takozvani „*Hot-suite*”. Zatim će se vremenom razmotriti sistematska upotreba *Twitter-a*.

Korišćenje *Twitter-a* ima svoje izazove, tipične kada su u pitanju društveni mediji, na primer, kada se radi sa onima koji zloupotrebljavaju mreže (poznatim kao „*trolling*”) ili specifični, na primer, postavljanje poruka sa više od 140 znakova. Tokom sprovođenja se trebaju obezbediti određeni postupci, uvek prilagođavajući se okolnostima vremena.

Ostali oblici društvenih medija - Postoji širok spektar drugih portala poznatih kao društveni mediji, poznati kao *Instagram*, *Pinterest*, *Tumblr* itd. Međutim, trenutna faza ne predviđa uspostavljanje prisustva ni u jednoj od njih. Iznos nadoknade za ove aktivnosti izgleda da trenutno nije dovoljan. Predviđa se da je trenutno najvažnije da se usredsredi na učinak jednog ili oba vodeća medija. Međutim, uzimajući u obzir brzu prirodu promena unutar mreža društvenih medija, ova odluka će uvek biti predmet preispitivanja, uz mogućnost promene u zavisnosti od „suštinskih” okolnosti prema društvenim medijima tokom čitavog perioda programa.

5.3. Emitovanje & novinarstvo: TV, radio i novine

Ove vrste tradicionalnih medija i dalje svakodnevno dopiru do velikog dela stanovništva Kosova. Potrošačima je važno da se, putem ove vrste promocija, nastavi dalje, na verodostojan način, objavljivanje događaja od interesa za potrošače, istovremeno i aktivnosti Departmana za zaštitu potrošača. Službenici Departmana će biti spremni da odmah odgovore na zahteve za informacije i intervju u medijima, istovremeno održavajući dobre odnose sa emiterima i novinarima.

Televizija - TV je poznata kao prilično popularna na Kosovu, osim što se u prošlosti koristila za promociju prava potrošača (intervjui, vesti, razni nedeljni programi). Dalje aktivnosti sličnih radnji se predviđaju u budućnosti, uvek u vezi sa inicijativama televizijskih kuća, posebno kada je reč o proširenju programa koji utiču na potrošače - na primer, stvaranje programa posvećenih direktno potrošačima će se podržati i podstaknuti.

Radio - Ono što je rečeno o televizijskim programima važi i za radio. Štaviše, pokušać se da se putem radiofonske kompanije organizuje jedan ili više programa (radio programa), gde će se potrošačima putem telefonskih poziva davati saveti o njihovim potrošačkim problemima ili će se razgovarati o drugim pitanjima od interesa.

Novine-štampanje - Značaj štampe je u toku opadanja. Međutim, ovaj oblik komunikacije doseže značajan broj stanovništva, posebno ono koje ne koristi internet, a oni često osećaju da su zaboravljeni od strane poslovanja i kreatora politike. Treba tražiti mogućnosti za podsticanje novina da objavljuju članke od značaja za potrošače. Fokus će biti uglavnom na objavljivanju članaka koje je izradio Departman za zaštitu potrošača.

Novine koje poseduju portale dopiru do šire publike i zbog toga će se obezbediti da štampane verzije uvek dođu do potrošača i putem elektronskog obrasca (*online*). Smatra se da bi se

upotreba mrežnih portala mogla ostvariti uslovljavanjem tokom kupovine prostora u štampanim verzijama. Mogućnost ove prirode će se istraživati i izbliza pratiti tokom čitavog vremena.

5.4. Stvarne organizacije

Pored virtuelnih i emitovanih aktivnosti, pažnja će se posvetiti i kontaktu licem u lice sa potrošačima i zainteresovanim stranama. Poznato je da su aktivnosti ove vrste do sada bile uspešne, pa se teži da ostanu deo plana za podizanje svesti potrošača, na primer:

- Promotivni događaji na javnim prostorima - „šandovi” na gradskim trgovima i drugim mestima sa velikom frekvencijom ljudi;
- Okrugli stolovi - da se okupe zainteresovane strane radi informisanja i rasprave o pitanjima potrošača.

Očekuje se da će se dodatna pažnja posvetiti širenju ovih aktivnosti van javnih prostora (uvek u prisustvu potrošača), kao što je rad sa supermarketima ili tržišnim centrima. Promotivni šandovi mogu biti postavljeni na ulazu/izlazu ili unutar supermarketa tokom događaja kao što je „Nedelja potrošača”. Za ovu vrstu podizanja svesti će biti potrebna potpuna saradnja sa uključenim supermarketima, gde će se u početku detaljno razgovarati sa ovim poslovanjima, pri čemu će vlasnicima ovih supermarketa biti objašnjeno da će njihova saradnja potrošačima pokazati da podržavaju prava potrošača i da je dotični supermarket pouzdano mesto za kupovinu. Ukoliko se zaista postigne saradnja ove prirode, to će omogućiti i promociju (putem banera, letaka...) rada Departmana za zaštitu potrošača.

5.5. Zajedničke aktivnosti sa međunarodnim partnerima

Kosovo je već aktivan član ICPEN-a (Međunarodna mreža za sprovođenje i zaštitu potrošača), a Departman za zaštitu potrošača već je koristio međunarodne inicijative za promociju prava potrošača na Kosovu, npr. aktivnosti na „Međunarodni dan potrošača” održanoj u martu.

Departman za zaštitu potrošača planira da sprovede sličan posao sa partnerskim agencijama ICPEN-a i institucijama EU-a. Ovaj Departman će takođe razmotriti mogućnost uspostavljanja bilateralnih veza sa drugim agencijama u regionu (Hrvatska, Albanija, Crna Gora), shodno tome, promovišući ove aktivnosti, a zatim na Kosovu u kvalitetu podizanja svesti.

5.6. Obrazovne aktivnosti usmerene na mlade potrošače

Svaka strategija za podizanje svesti potrošača treba da podstiče mere za obrazovanje omladinskog stanovništva. Neke od gore navedenih aktivnosti, poput aktivnosti na društvenim mrežama, doprinose ovom cilju. Očekuje se da će se u bliskoj budućnosti razmotriti i druge mere usmerene na mlade potrošače. Konkretno, s obzirom na to da tako nešto nije lako postići vrlo brzo, ove vrste aktivnosti se više smatraju dugoročnim predlogom. Međutim, postoji opšte mišljenje da će blagodatni uspešnog adolescentnog angažovanja omogućiti dragocen napredak na Kosovu u odnosu na period od 2021. do 2025. godine. Mogućnosti su:

- Izrada programa o igrama „pitanja i odgovori” (kviz) za potrošače adolescente. Ova aktivnost bi se mogla promovisati kroz škole, koje će istovremeno imati priliku da budu deo takmičenja. Priprema za takmičenja će rezultirati podizanjem svesti mladih o njihovim pravima potrošača, posledično o ukupnoj efikasnosti. Departman za zaštitu potrošača će imati priliku da obezbedi materijale za informisanje takmičara, istovremeno da službenici odeljenja posete škole i održe razgovore sa grupama učenika.
- Napor stvaranja redovnog standarda u nastavnom programu osnovnih škola o pravima potrošača. To bi trebalo da rezultira vrlo širokim dostignućima među mladima.

5.7. Javne ankete

Ankete se mogu izvoditi u raznim oblicima. Često se daje prednost angažovanju specijalizovane agencije (poznate kao skupa metoda), uglavnom radi obezbeđenja pouzdanosti podataka i procesa. Međutim, postoji još jedna mogućnost, i to putem jeftinijeg softvera, preko kojeg se mogu obavljati aktivnosti u kancelarijama odeljenja.

Ova poslednja za ankete manje formalna i verodostojna je poznata od onih koje sprovode specijalizovane kompanije, zbog same mogućnosti iskrivljenja stvarnih cifara. Ipak, one (cifre) mogu biti veoma dragocene u pružanju informacija, zajedno sa promenama, o novim idejama, kao i u poređenju (ovo čak i ako brojevi nisu potpuno redovan rezultat procesa, odnosno trendovi se mogu identifikovati ukoliko se ankete sprovode na isti način).

Drugi razlog za vršenja anketa sa javnošću je informisanje javnosti o problemima sa kojima se potrošači neprestano suočavaju. Statistički podaci i narativni izveštaji pripremljeni u vezi sa žalbama primljenim od strane Odeljenja za zaštitu potrošača će i dalje biti primarni izvor takvih informacija. Ali, ovo bi moglo biti dopunjeno podacima iz anketa čiji je cilj identifikovanje problema potrošača.

Predviđa se da se posebna pažnja posveti programu za sprovođenje anketa sa javnošću, koji procenjuje efikasnost aktivnosti Departmana za zaštitu potrošača, prikuplja podatke o problemima sa kojima se potrošači susreću, kao i njihovo znanje o pravima koja potrošač poseduje.

Tabela: Sažetak aktivnosti na podizanju svesti

Aktivnost	Sekcija	Vremenski period	Merenje*
Video oglasi na TV-u	1	Kratkoročni	Cifre gledanosti TV-a
Oglašavanje video zapisa na portalu Ministarstva	1	Kratkoročni	Klikovi na portalima
Oglašavanje video zapisa na „internet TV-u”	1	Srednjoročni	Klikovi na portalima
Oglašavanje video zapisa putem društvenih medija	1	Kratkoročni	Klikovi na portalima
Oglašavanje putem SMS-a	1	Kratkoročni	Broj poslatih poruka
Oglašavanje na „Banerima” na internetu	1	Srednjoročni	Klikovi na portalima, „stepen pritiskanja”
Štampani oglasni materijali	1	Kratkoročni	Broj raspodeljenih karti
Uključivanje sažetka smernica „visokog nivoa” na portalu Ministarstva	2	Srednjoročni	Klikovi na portalima
Objavljivanje vodiča za „2. nivo” na portalu	2	Aspirativni	Klikovi na portalima
Adresa elektronske pošte za kontakt na portalu	2	Kratkoročni	Broj primljenih poruka elektronskom poštom
Obrasci za kontakt na portalu sa kratkim URL-ima	2	Kratkoročni	Broj ispunjenih obrazaca
Sadržaj portala sa verzijom za mobilne telefone	2	Srednjoročni	
Kreiranje Facebook naloga	2	Kratkoročni	Interakcije računara, „sviđanja”
Ostvarivanje razgovora (časkanja) na Facebook-u	2	Srednjoročni	Broj učesnika
Konfiguracija i početak selektivne upotrebe na nalogu Twitter-a	2	Srednjoročni	Broj pratilaca tweet i re-tweets
Redovna upotreba stranice Twitter, kao rutinsko pitanje	2	Aspirativni	Broj pratilaca tweet i re-tweets
Učešće u televizijskim programima	3	Kratkoročni	Broj gledanosti TV-a

Napori organizovanja i učešća u radio emisijama sa pozivima uživo	3	Srednjoročni	Broj učesnika, brojevi slušalaca
Novinski članci	3	Srednjoročni	Broj čitalaca
Organizacija promotivnih štandova na javnim mestima za kampanje	4	Kratkoročni	Broj potrošača sa kojima je razgovarano
Pristup supermarketima u cilju zajedničkog promotivnog rada	4	Srednjoročni	Broj potrošača sa kojima je razgovarano
Učešće na međunarodnim događajima potrošača	5	Kratkoročni	
Razmatranje zajedničkog angažmana sa regionalnim partnerima u kampanjama za podizanje svesti.	5	Srednjoročni	
Organizovanje kviza za učenike	6	Aspirativni	Broj učesnika na kvizu, gledalaca
Napori uključivanja prava potrošača u školske planove i programe	6	Aspirativni	Broj učenika koji pohađaju nastavu o pravima potrošača
Razmatranje angažmana kompanije u istraživanju tržišta, radi procene efikasnosti podizanja svesti i identifikacije probleme potrošača	7	Srednjoročni	Broj anketiranih
Sprovesti istraživanja „u kući”, radi procene efikasnosti podizanja svesti i identifikacije probleme potrošača	7	Srednjoročni	Broj anketiranih

* Pored relativnog broja primljenih poziva i žalbi i informacija iz javnih anketa, koje se odnose na sve aktivnosti.

5.8. Obrazovni planovi i programi

Obrazovni planovi i programi su obezbeđeni i putem Zakona o zaštiti potrošača, koji između ostalog predviđa izradu smernica za nastavnike na temu „Zaštita potrošača”, kao i izradu nastavnih planova i programa za osnovne i srednje škole na temu „Zaštita potrošača”.

U skladu sa zakonskim odredbama Zakona o zaštiti potrošača (konkretno člana 137. Zakona), Program zaštite potrošača od 2021. do 2025, predviđa:

1. Ministarstvo obrazovanja, nauke i tehnologije se obavezuje da započne izradu programa za osnovno, srednje i univezitesko obrazovanje, uključujući osnovna znanja koja se odnose na zaštitu potrošača;
2. Ministarstvo predlaže i podržava ministra Obrazovanja, nauke i tehnologije da započne sa pripremom obrazovnih programa, plan programa i obučavanje zaštite potrošača u okviru nastavnog programa;

3. Ministarstvo u saradnji sa ministrom obrazovanja, nauke i tehnologije i udruženjima za zaštitu potrošača, treba da snažno promoviše prava potrošača na svim nivoima obrazovnih institucija;
4. MTI će participirati u osposobljavanju i povećanju kapaciteta udruženja za zaštitu potrošača u ispunjenju obaveza određenih u ovom članu.

Poglavlje VI

6. PODRŠKA I SARADNJA SA UDRUŽENJIMA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA

Kao što je pomenuto u jednom od gornjih poglavlja, kada je reč o udruženjima za zaštitu potrošača, može se slobodno reći da u trenutnoj stvarnosti, osim NVO-a „Konsumatori”, trenutno ne postoji nijedan drugi predstavnik u obliku NVO-a koji se bavi isključivo pravima potrošača (izuzimajući one koji se bave drugim programima, tj. NVO-a koje se ne bave isključivo zaštitom potrošača).

Kakogod, iz iskustava zemalja regiona i (ponovo) sa preporukom Programa Evropske unije IPA (*Instrument for pre-accession assistance* - Instrument za prepristupnu pomoć), u nedostatku finansiranja iz privatnog sektora, odnosno kada je u pitanju jačanje i izgradnja administrativnih kapaciteta udruženja u saradnji sa javnim sektorom, odnosno jačanjem saradnje.

Departman za zaštitu potrošača, odnosno MTI, će neprekidno pokušavati da se uključi u institucionalna partnerstva sa kosovskim nevladinim organizacijama koje deluju u korist potrošača, poseduju dugoročne rezultate i redovne učinke, poseduju dovoljne kapacitete i nadležnosti, značajno znanje prema oblasti i afinitetu sa kosovskim društvom.

Partnerstva ovog oblika imaju za cilj sadejstva znanja, nadležnosti i kapaciteta, šire znanje i iskustvo u cilju postizanja strateških ciljeva nacionalne saradnje na Kosovu uporedo sa pravom potrošača.

Departman za zaštitu potrošača će biti posvećen ohrabrivanju zainteresovanih strana za njihovo zalaganje oko sektorskog aktiviranja zaštite potrošača. U tom smislu, podržaće nevladine organizacije da podignu svest zainteresovanih za aktivizam u različitim sektorima o uzrocima, pravima i obavezama, interesima i dostojanstvu građana potrošača.

Na osnovu njihovog iskustva u radu programa, kosovskim nevladinim organizacijama će se pružiti prilika da sarađuju kako bi doprinele obrazovanju kosovskog potrošača, podigle svest o zaštiti potrošača, ojačale nacionalne i međunarodne rasprave, prema drugim humanitarnim pitanjima.

ZAKLJUČAK

Putem ovog Programa za zaštitu potrošača se definišu okviri prioriteta državne politike prema zaštiti potrošača za period od 2021. do 2025. godine, kao jedan od preduslova tokom procesa stabilizacije i pridruživanja Evropskoj uniji. Obezbeđivanje pravilnog funkcionisanja tržišne ekonomije zavisi od razvoja administrativne infrastrukture u vezi sa tržišnim nadzorom i primenom zakona u ovoj oblasti. Razvoj otvorenog dijaloga sa svim zainteresovanim stranama u kosovskom društvu, kako bi se obezbedila jasnoća, doslednost delovanja i razumevanje u utvrđivanju interesa potrošača na nacionalnom nivou, je cilj sledećeg izazova za Republiku Kosovo. Predviđa se da će se sve ovo postići daljim zalaganjem za usklađivanje nacionalnih mogućnosti i interesa. Dakle, čitav proces zavisi od volje svih ključnih sektora nadležnosti vladinih odeljenja u procesu usklađivanja sa standardima EU-a, putem obrazovanja ljudskih resursa u obliku državne službe, kao i pravosuđa prema informisanoj i osvešćenoj javnosti.

Uspeh sprovođenja ovog programa će, pre svega, zavistiti od spremnosti svih ključnih aktera prema zaštiti potrošača u izvršavanju utvrđenih zadataka i poštovanju gore navedenih rokova.

Aneks 1

TRENUTNO STANJE ZAŠTITE POTROŠAČA NA KOSOVU

\$Q1. ? Da li ste u poslednjih 12 meseci kupili neke stvari ili primili neku uslugu?					
		Odgovori		Procenat slučajeva	
		N	Procenat		
Q1 ^a	Putem interneta	492	38.3%	45.6%	
	Mobilnog tel.	142	11.0%	13.1%	
	Fiksnog tel.	68	5.3%	6.4%	
	Pošte	110	8.6%	10.2%	
	Nijedno	471	36.7%	43.7%	
Ukupno		1283	100.0%	119.0%	
a. Dihotomna grupa tabela vrednosti 1.					
Q2. Rekli ste da ste kupili nešto putem interneta, telefona ili pošte od prodavca / dobavljača. Možete li reći koliko ste ukupno potrošili na robu i usluge koje ste kupili putem interneta, telefona ili pošte u poslednjih 12 meseci, čak iako je to približni iznos.					
	N	Minimum	Maksimum	Prosečno	Odstupanje Std.
U evrima	601	5	2200	140.34	223.427
N Validno (prema listi)	601				
\$Q3 3. Da li ste tokom poslednjih 12 meseci imali bilo koju od sledećih situacija prilikom kupovine putem interneta, telefona ili pošte, na Kosovu ili negde drugde?					
		Odgovori		Procenat slučajeva	
		N	Procenat		
Q3 ^a	Kašnjenje u predaji kupovine od strane prodavca / dobavljača koji se nalazi na Kosovu	169	24.1%	27.8%	
	Kupili ste nešto od prodavca / dobavljača koji se nalazi na Kosovu i kupljena stvar vam nije dostavljena.	66	9.5%	10.9%	
	Kašnjenje u isporuci nečega kupljenog od prodavca / dobavljača koji se nalazi u zemlji EU-a	43	6.2%	7.1%	

	Kupili ste nešto od prodavca / dobavljača koji se nalazi u inostranstvu i kupljena stvar vam nije dostavljena.	30	4.3%	5.0%	
	Hteli ste da kupite nešto od prodavca / dobavljača u inostranstvu, ali prodavac to nije isporučio ili prodao na Kosovu	70	10.1%	11.6%	
	Nijedno	321	45.9%	53.0%	
Ukupno		700	100.0%	115.3%	
4. Uzimajući u obzir opšte uslove kupovine robe ili usluga od strane prodavca / ponuđača koji se nalazi negde drugde osim Kosova, navedite u kojoj se meri slažete ili ne sa svakom od sledećih izjava.					
	Potpuno se slažem	Donekle se slažem	Donekle se ne slažem	Ne slažem se uopšte	
U stanju ste da kupite robu i usluge koristeći drugi jezik	24.3%	21.5%	9.4%	44.8%	
U narednih 12 meseci razmišljate o kupovini u inostranstvu veće vrednosti od vrednosti potrošene u poslednjih 12 meseci	10.9%	27.4%	17.0%	44.6%	
Niste zainteresovani da izvršite prekograničnu transakciju u narednih 12 meseci	15.0%	21.8%	20.1%	43.0%	
5. Uzimajući u obzir sve što ste kupili prošle nedelje, da li su ekološka pitanja bilo kog proizvoda ili usluge uticala na vaš izbor?					
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	282	26.2	26.2	26.2
	Ne	796	73.8	73.8	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	

6. Uzimajući u obzir sve što ste kupili prošle nedelje, da li je zemlja porekla bilo kog proizvoda ili usluge uticala na vaš izbor?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	491	45.6	45.6	45.6
	Ne	587	54.4	54.4	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	

7. Kada razmišljate na sve neprehrambene proizvode koji su trenutno na tržištu na Kosovu, da li mislite da ...?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	U suštini svi proizvodi su sigurni	135	12.6	12.9	12.9
	Mali broj proizvoda nije siguran	182	16.8	17.2	30.1
	Značajan broj proizvoda nije siguran	244	22.6	23.2	53.3
	Zavisi od proizvoda (SPONTANO)	493	45.7	46.7	100.0
	Ukupno	1054	97.7	100.0	
Nedostaje	OP\NA	24	2.3		
Ukupno		1078	100.0		

8. Kada razmišljate o svim prehrambenim proizvodima koji su trenutno na tržištu na Kosovu, da li mislite da...?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	U suštini svi proizvodi su sigurni	135	12.5	12.7	12.7
	Mali broj proizvoda nije siguran	214	19.8	20.2	32.9
	Značajan broj proizvoda nije siguran	337	31.3	31.8	64.7
	Zavisi od proizvoda (SPONTANO)	375	34.7	35.3	100.0
	Ukupno	1061	98.4	100.0	
Nedostaje	OP\NA	17	1.6		

Ukupno		1078	100.0		
9. Da li ste u poslednjih 12 meseci naišli na bilo kakav problem kada ste nešto kupili (PROIZVOD ILI USLUGU) na Kosovu ?					
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	273	25.3	25.3	25.3
	Ne	805	74.7	74.7	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	
\$Q10. Iz kog sektora su/su bili operateri?					
		Odgovori		Procenat slučajeva	
		N	Procenat		
Q10 ^a	Maloprodaja	185	57.1%	67.8%	
	Taksi	9	2.7%	3.2%	
	Telefonski operateri	42	13.0%	15.4%	
	Usluge za vozila	15	4.6%	5.4%	
	Predstavništva / prodavci vozila	7	2.1%	2.4%	
	Restoran	22	6.9%	8.2%	
	Turizam (Hoteli, prenoćišta, ..)	3	0.9%	1.0%	
	Ostalo	41	12.7%	15.1%	
Ukupno		324	100.0%	118.7%	
a. Dihotomna grupa predstavljena u tabeli u vrednosti 1.					
\$Q11. Da li vam se dogodio neki od sledećih primera u poslednjih 12 meseci?					
		Odgovori		Procenat slučajeva	
		N	Procenat		
Q11 ^a	Naišli ste na neželjene komercijalne oglase, izjave ili ponude (poziv bez izbora, elektronska posta spam, komercijalni SMS itd.)	266	17.8%	24.7%	
	Naišli ste na obmanjujuće ili dezorijentujuće reklame, izjave ili ponude	280	18.8%	26.0%	

	odgovorili ste na reklamu ili ponudu za koje se ispostavilo da je dezorijentujuće ili obmanjujuće	69	4.6%	6.4%	
	Naišli ste na obmanjujuće reklame, izjave ili ponude	219	14.7%	20.3%	
	odgovorili ste na reklamu ili ponudu za koje se ispostavilo da je obmanjujuće	114	7.7%	10.6%	
	Naišli ste na preterane ili obmanjujuće izjave o korisnom dejstvu proizvoda na životnu sredinu	70	4.7%	6.5%	
	Nijedno	475	31.8%	44.0%	
Ukupno		1493	100.0%	138.5%	

a. Dihotomna grupa predstavljena u tabeli u vrednosti 1.

--	--	--	--	--	--

12. Koliko ste obavešteni o novom zakonu o pravima potrošača koji je stupio na snagu u julu 2018. godine?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Vrlo obavešten/a – pročitao/la sam ga detaljno	30	2.8	2.8	2.8
	Donekle obavešten - znam neka nova prava	282	26.2	26.2	29.0
	Malo obavešten - znam samo za njegovo postojanje	307	28.5	28.5	57.5
	Uopšte nisam obavešten - nikada nisam čuo za njega	458	42.5	42.5	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	

13. Koliko često nailazite na proizvode sa etiketama koji nisu na vašem maternjem jeziku ?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Svakodnevno	181	16.8	17.8	17.8
	Nedeljno	213	19.7	21.0	38.8
	Mesečno	141	13.1	13.9	52.8

	Retko	353	32.7	34.9	87.6
	Nikad	125	11.6	12.4	100.0
	Ukupno	1012	93.9	100.0	
Nedostaje	OP/NA	66	6.1		
Ukupno		1078	100.0		

14. Pretpostavimo da ste proizvod naručili poštom, telefonom ili internetom. Mislite li da imate pravo da vratite proizvod koji ste naručili 4 dana nakon što ste ga dobili, kao i da uzmete novac, bez navođenja bilo kojeg razloga?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	278	25.8	29.4	29.4
	Ne	669	62.0	70.6	100.0
	Ukupno	947	87.8	100.0	
Nedostaje	Ne znam / nemam odgovor	131	12.2		
Ukupno		1078	100.0		

15. Pretpostavimo da se novi frižider, koji ste kupili pre 18 meseci, pokvari ne vašom krivicom, a niste platili dugoročnu komercijalnu garanciju. Da li imate pravo da ga popravite ili zamenite besplatno?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	282	26.2	27.8	27.8
	Ne	731	67.8	72.2	100.0
	Ukupno	1013	94.0	100.0	
Nedostaje	Ne znam / nemam odgovor	65	6.0		
Ukupno		1078	100.0		

16. Pretpostavimo da ste poštom dobili dva obrazovna DVD-a, zajedno sa računom od 20 evra za proizvode koje niste naručili. Da li ste dužni da platite račun?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	47	4.3	4.5	4.5
	Ne	986	91.5	95.5	100.0
	Ukupno	1033	95.8	100.0	

Nedostaje	Ne znam / nemam odgovor	45	4.2		
Ukupno		1078	100.0		

17. Da li ste u poslednjih 12 meseci naišli na bilo kakve probleme prilikom kupovine na Kosovu?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	258	23.9	23.9	23.9
	Ne	820	76.1	76.1	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	

18. Uopšteno, da li ste bili zadovoljni načinom na koji je prodavac / ponuđač/proizvođač postupio po vašoj žalbi?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	671	62.3	62.3	62.3
	Ne	407	37.7	37.7	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	

\$Q19. Koji je bio glavni razlog / razlozi za nepodnošenje žalbe?

		Odgovori		Procenat slučajeva	
		N	Procenat		
Q19 ^a	Uključeni iznosi bili su vrlo mali	178	14.3%	16.5%	
	„Niste znali kako i gde da se žalite“	233	18.8%	21.6%	
	„Niste bili sigurni u svoja prava kao potrošač“	100	8.1%	9.3%	
	"Mislili ste da će dugo trajati"	115	9.3%	10.7%	
	„Pokušali ste da se žalite na druge probleme u prošlosti, ali niste bili uspešni“	111	8.9%	10.3%	

	„Niste se žalili prodavcu / dobavljaču, već ste direktno otišli trećoj strani (udruženje potrošača, advokat, arbitraža, posredovanje, telo za pomirenje, na sudu)“	11	0.9%	1.1%	
	Ostalo	491	39.6%	45.6%	
Ukupno		1240	100.0%	115.0%	

Q19 Ostalo (molimo specificirajte)

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
	Osim proizvoda na tržištima koja nisu albanska, nisam naišao na bilo kakve druge probleme, pa se nisam žalio	1	0.1	0.1	54.4
	Nisam znao gde da podnesem žalbu	1	0.1	0.1	54.5
	Ne znam	17	1.6	1.6	56.1
	Ne želim da se žalim	6	0.6	0.6	56.7
	Uvek se žalim kad treba	3	0.2	0.2	56.9
	Žalio sam se, ali portal me je blokirao, nisu mi dozvolili da verifikujem proizvod a da ga nisam prethodno video	1	0.1	0.1	57.0
	Konzumiram samo domaće proizvode i prezadovoljan sam	1	0.1	0.1	57.2
	Imao sam problema sa kupovinom na tržištu i nisam mogao da se žalim jer je to bio moj komšija i on je za moj problem krivio svoje radnike	Imao sam problema sa kupovinom na pijaci i nisam mogao da se žalim jer je to bio moj komšija i on je za moj problem krivio svoje radnike 1	0.1	0.1	57.3

	Odustao sam i od tada sam odlučio da ne kupujem stvari preko interneta, a nažalost domaći proizvodi nemaju kvalitet i prisiljena sam da kupujem strane proizvode	1	0.1	0.1	57.4
	Žalio sam se i rešili su moj problem	6	0.6	0.6	58.0
	Žalio sam se menadžeru	1	0.1	0.1	58.2
	Nisam se žalio	5	0.5	0.5	58.7
	Kupujem samo domaće proizvode i vrlo sam zadovoljan, tako da nemam potrebe da se žalim	1	0.1	0.1	58.8
	Vratio sam proizvod	1	0.1	0.1	59.0
	Obično kupujem preko interneta i nisam imao problema	1	0.1	0.1	59.1
	Blokirali me	1	0.1	0.1	59.2
	Nisam bila obaveštena da mogu	1	0.1	0.1	59.3
	Bio sam zadovoljan	7	0.6	0.6	59.9
	Bila je komplikovana situacija	1	0.1	0.1	60.0
	Bilo je prekasno	1	0.1	0.1	60.2
	Moje žalbe nisu uzete u obzir	1	0.1	0.1	60.3
	Moje žalbe bi se ignorisale	1	0.1	0.1	60.4
	Nema odgovora	14	1.3	1.3	61.7
	Nema	199	18.4	18.4	80.1
	Ne vredi	7	0.6	0.6	80.8
	Ne treba kriviti radnike	1	0.1	0.1	80.9
	Nema sigurnosti	1	0.1	0.1	81.1
	Nije bilo potrebno	203	18.8	18.8	99.9
	Postigli smo dogovor sa prodavcem i zajedno rešili problem	1	0.1	0.1	100.0
	Ukupno	491	100.0	100.0	

Q20. Za svaki od sledećih navoda, molimo vas recite da li se slažete ili se ne slažete sa njim, na Kosovu.					
	Potpuno se slažem	Donekle se slažem	Donekle se ne slažem	Ne slažem se uopšte	
.. sporove sa prodavcima / dobavljačima lako je rešiti arbitražom, posredovanjem ili dogovorom (neispravnost robe, kašnjenje / neisporuka itd.).	26.4%	37.8%	16.0%	19.8%	
...sporove sa prodavcima / dobavljačima lako je rešiti putem suda	17.8%	34.1%	22.4%	25.7%	
... verujete nezavisnim potrošačkim organizacijama da će zaštititi vaša prava kao potrošača	25.2%	43.9%	15.4%	15.6%	
... verujete javnim vlastima da će zaštititi vaša prava kao potrošača	25.3%	38.8%	15.8%	20.0%	
... mislite da ste adekvatno zaštićeni postojećim merama zaštite potrošača	22.7%	43.1%	15.0%	19.2%	
...uopšteno, prodavci / dobavljači na Kosovu poštuju vaša prava kao potrošača	24.8%	47.8%	15.2%	12.2%	
... promenili ste vaše ponašanje kupca kao rezultat medijske istorije (npr. promena prodavnice ili proizvoda)	16.5%	40.1%	18.7%	24.7%	
... redovno gledate / slušate TV ili radio programe koji se odnose na potrošačka pitanja	16.1%	29.7%	20.8%	33.4%	

21. Da li ste kontaktirali Departman za zaštitu potrošača da biste rešili bilo koje pitanje?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
Validno	Da	38	3.6	3.6	3.6
	Ne	1040	96.4	96.4	100.0
	Ukupno	1078	100.0	100.0	

22. Zašto niste kontaktirali Departman za zaštitu potrošača?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
	Ne znam kako da ih kontaktiram	177	16.4	17.1	17.1
	Nikada mi nije bilo potrebno da ih kontaktiram	717	66.5	68.9	86.0
	Mislim da ne mogu da reše moj problem	146	13.5	14.0	100.0
	Ukupno	1040	96.4	100.0	
Nedostaje	999	38	3.6		
Ukupno		1078	100.0		

23. Kako ste kontaktirali Departman za zaštitu potrošača?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
	Preko telefona (08001 1000)	29	2.7	75.3	75.3
	Internet stranice https://konsumatori.rks-gov.net/	2	0.1	4.1	79.3
	Elektronske pošte	3	0.2	6.6	86.0
	Lične posete	5	0.5	14.0	100.0
	Ukupno	38	3.6	100.0	
Nedostaje	999	1040	96.4		
Ukupno		1078	100.0		

24. Da li ste bili zadovoljni rezultatom?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat
	Da	16	1.5	42.1	42.1

	Ne	22	2.1	57.9	100.0
	Ukupno	38	3.6	100.0	
Nedostaje	999	1040	96.4		
Ukupno		1078	100.0		

	1. Da li ste u poslednjih 12 meseci kupili robu ili usluge putem ...?							
	Da	Ne		EU27				
Interneta	15.2%	84.8%		56% Po				
Mob. Tel.	5.2%	94.8%						
Fiksnog tel.	6.2%	93.8%		13%				
Pošte	3.9%	96.1%		20%				
Opisna statistika								
	N	Minimum	Maksimum	Prosečno	Odstupanje Std.		EU AVG	
2. Rekli ste da ste kupili nešto putem interneta, telefonom ili poštom od prodavca / dobavljača. Molim vas recite mi koliko ste ukupno potrošili na robu i usluge koje ste kupili preko interneta, telefona ili pošte u poslednjih 12 meseci, čak i ako je to približan iznos.	201	8	1000	81.89	149.479		638.4	
N Validno (prema spisku)	201							

3. Da li vam se tokom proteklih 12 meseci dogodila neka od sledećih situacija prilikom kupovine preko interneta, telefona ili pošte, na Kosovu ili negde drugde? - kašnjenje u isporuci kupljene stvari od strane prodavca / dobavljača koji se nalazi na Kosovu								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	86	8.0	41.7	41.7		20.0	
	Ne	120	11.2	58.3	100.0		80.0	
	Ukupno	206	19.1	100.0				
Nedostaje	Nedostaje	869	80.9					
Ukupno		Ukupno	100.0					
Kupili ste nešto od prodavca/dobavljača koji se nalazi na Kosovu i uopšte vam nije isporučeno								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	17	1.6	8.5	8.5		5.0	
	Ne	188	17.5	91.5	100.0		95.0	
	Ukupno	206	19.1	100.0				
Nedostaje	Nedostaje	869	80.9					
Ukupno		Ukupno	100.0					
Kašnjenje u isporuci stvari kupljene od prodavca / dobavljača u bilo kojoj zemlji EU-a								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	54	5.0	26.3	26.3		4.0	
	Ne	152	14.1	73.7	100.0		95.0	
	Ukupno	206	19.1	100.0				
Nedostaje	Nedostaje	869	80.9					

Ukupno		Ukupno	100.0					
Kupili ste nešto od prodavca/dobavljača u inostranstvu i uopšte vam nije isporučeno								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	37	3.5	18.1	18.1		18.0	
	Ne	168	15.7	81.9	100.0		81.0	
	Ukupno	206	19.1	100.0				
Nedostaje	Nedostaje	869	80.9					
Ukupno		Ukupno	100.0					
Hteli ste da kupite nešto od prodavca / dobavljača u inostranstvu, ali prodavac nije isporučio ili prodao na Kosovu								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	49	4.5	23.7	23.7			
	Ne	157	14.6	76.3	100.0			
	Ukupno	206	19.1	100.0				
Nedostaje	Nedostaje	869	80.9					
Ukupno		Ukupno	100.0					
4. Uopšteno razmišljajući o kupovini robe ili usluga od prodavaca / dobavljača koji se nalaze negde van Kosova, molim vas recite mi u kojoj se meri slažete ili ne sa svakom od sledećih izjava.								
	Potpuno se slažem	Donekle se slažem	Donekle se ne slažem	Ne slažem se uopšte			EU27	
Možete kupiti robu i usluge koristeći drugi jezik	40.1%	22.5%	17.5%	19.9%			22.0%	28.0%

U narednih 12 meseci razmišljate o kupovini u inostranstvu veće vrednosti od vrednosti potrošene u poslednjih 12 meseci		10.3%	17.6%	47.4%	24.8%			5.0%	13.0%
Niste zainteresovani da izvršite prekograničnu transakciju u narednih 12 meseci		14.8%	30.6%	30.7%	24.0%			28.0%	15.0%
5. Uzimajući u obzir sve što ste kupili prošle nedelje, da li su ekološka pitanja bilo kog proizvoda ili usluge uticala na vaš izbor?									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Da	220	20.5	20.5	20.5		29.0		
	Ne	855	79.5	79.5	100.0		69.0		
	Ukupno	1075	100.0	100.0					
6. Uzimajući u obzir sve što ste kupili prošle nedelje, da li je zemlja porekla bilo kog proizvoda ili usluge uticala na vaš izbor?									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Da	252	23.4	23.4	23.4				
	Ne	823	76.6	76.6	100.0				
	Ukupno	1075	100.0	100.0					
7. Kada razmišljate o svim neprehrambenim proizvodima koji su trenutno na tržištu na Kosovu, da li mislite da ...?									

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	U suštini svi proizvodi su sigurni	119	11.0	12.7	12.7		12.0	
	Mali broj proizvoda nije siguran	358	33.3	38.3	51.0		56.0	
	Značajan broj proizvoda nije siguran	340	31.7	36.4	87.4		25.0	
	Zavis od proizvoda [Ne piše]	118	10.9	12.6	100.0		4.0	
	Ukupno	935	86.9	100.0				
Nedostaje	OPINA	140	13.1				3.0	
Ukupno		1075	100.0					

8. Kada razmišljate o svim prehrambenim proizvodima koji su trenutno na tržištu na Kosovu, da li mislite da?

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	U suštini svi proizvodi su sigurni	94	8.7	9.9	9.9		19.0	
	Mali broj proizvoda nije siguran	264	24.6	27.8	37.7		55.0	
	Značajan broj proizvoda nije siguran	415	38.6	43.7	81.4		22.0	
	Zavis od proizvoda [Ne piše]	177	16.4	18.6	100.0		2.0	
	Ukupno	950	88.4	100.0				
Nedostaje	OPINA	125	11.6				2.0	

Ukupno			100.0					
9. Da li ste u poslednjih 12 meseci naišli na bilo kakav problem kada ste nešto kupili (PROIZVOD ILI USLUGU) na Kosovu?								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	197	18.3	18.3	18.3			
	Ne	878	81.7	81.7	100.0			
	Ukupno	1075	100.0	100.0				
10. Ako gore odgovorite sa "Da", u kom sektoru je bio / su bili operateri ...? [Dozvoljeno više odgovora].							EU27	
		Odgovori		Procenat slučajeva				
		N	Procenat					
\$P10_multi ^a	Maloprodaja	107	35.1%	54.1%				
	Taksi	47	15.5%	23.9%				
	Telefonski operateri	52	17.2%	26.5%				
	Usluge za vozila	23	7.5%	11.5%				
	Predstavništva / prodavci vozila	17	5.5%	8.5%				
	Restoran	39	12.8%	19.7%				
	Turizam (Hoteli, prenoćišta, ..)	20	6.5%	10.0%				
Ukupno		304	100.0%	154.3%				
a. Dihotomna grupa predstavljena u tabeli u vrednosti 1..								
11. Da li vam se u poslednjih 12 meseci dogodio bilo koji od sledećih primera ?								
		Odgovori		Procenat slučajeva				
		N	Procenat			EU27		

\$P11_multi ^a	Naišli ste na neželjene reklame, pozive bez izbora ili komercijalne ponude spam , SMS itd.)	275	42.6%	87.9%		68		
	Naišli ste na dezorijentujuće i obmanjujuće reklame, izjave ili ponude	117	18.2%	37.6%		46		
	Odgovorili ste na reklamu ili ponudu za koje se ispostavilo da je dezorijentaciona ili obmanjujuća	145	22.5%	46.5%		18		
	Naišli ste na preterane ili obmanjujuće izjave o korisnom dejstvu proizvoda na životnu sredinu	107	16.6%	34.2%		32		
Ukupno		644	100.0%	206.2%				
a. Dihotomna grupa predstavljena u tabeli u vrednosti 1..								
12. Koliko ste informisani o novom zakonu o pravima potrošača koji je stupio na snagu u julu 2018. godine?								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Vrlo obavešten/a – pročitao/la sam ga detaljno	17	1.5	1.5	1.5			
	Donekle obavešten - znam neka nova prava	84	7.8	7.8	9.3			
	Malo obavešten - znam samo za njegovo postojanje	461	42.9	42.9	52.2			
	Uopšte nisam obavešten - nikada nisam čuo za njega	514	47.8	47.8	100.0			
	Ukupno	1075	100.0	100.0				

13. Koliko često nailazite na proizvode sa etiketama koji nisu na vašem maternjem jeziku?								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat			
Validno	Svakodnevno	405	37.7	40.5	40.5			
	Nedeljno	203	18.9	20.3	60.9			
	Mesečno	114	10.6	11.4	72.3			
	Retko	181	16.9	18.2	90.5			
	Nikad	95	8.9	9.5	100.0			
	Ukupno	999	93.0	100.0				
Nedostaje	Ne znam/nemam odgovor	76	7.0					
Ukupno		1075	100.0					
14. Da li ste u poslednjih 12 meseci naišli na bilo kakve probleme prilikom kupovine na Kosovu?								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	223	20.8	20.8	20.8		17.0	
	Ne	852	79.2	79.2	100.0			
	Ukupno	1075	100.0	100.0				
15. Uopšteno, da li ste bili zadovoljni načinom na koji je prodavac / dobavljač/proizvođač postupio po vašoj žalbi?								
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27	
Validno	Da	287	26.7	27.4	27.4		57.0	
	Ne	762	70.9	72.6	100.0			
	Ukupno	1049	97.6	100.0				
Nedostaje	3	26	2.4					
Ukupno		1075	100.0					

16. Koji je bio glavni razlog / razlozi zbog kojih niste podneli žalbu? [Po mogućnosti više odgovora].									
		Odgovori		Procenat slučajeva					
		N	Procenat			EU27			
\$P16_multi ^a	1. Uključeni iznosi bili su vrlo mali	244	20.6%	24.4%		42			
	Niste znali kako i gde da se žalite	313	26.4%	31.3%		10			
	Niste bili sigurni u svoja prava kao potrošač	151	12.7%	15.1%		11			
	Mislili ste da će predugo trajati	257	21.7%	25.7%		27			
	Pokušali ste da se žalite na druge probleme u prošlosti, ali niste uspeali	104	8.8%	10.4%		11			
	Niste se žalili prodavcu / dobavljaču, već ste direktno otišli trećoj strani (udruženje potrošača, advokat, arbitraža, posredovanje, telo za pomirenje, sud)	115	9.7%	11.5%		6			
Ukupno		1184	100.0%	118.5%					
a. Dihotomna grupa predstavljena u tabeli u vrednosti 1.									
17. Za svaki od sledećih navoda, molimo vas recite da li se slažete ili se ne slažete. Na Kosovu je lako rešiti sporove sa prodavcima / dobavljačima putem arbitraže, posredovanja ili tela za pomirenje (neispravnost robe, kašnjenje / neisporuka, itd.)									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	238	22.2	31.1	31.1		12.0		
	Donekle se slažem	223	20.7	29.1	60.2		40.0		

	Donekle se ne slažem	172	16.0	22.5	82.7		24.0	
	Ne slažem se uopšte	133	12.4	17.3	100.0		12.0	
	Ukupno	766	71.3	100.0				
Nedostaje	OPINA	309	28.7					
Ukupno		1075	100.0					

...sporove sa prodavcima / dobavljačima lako je rešiti putem suda

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat			
Validno	Potpuno se slažem	93	8.6	12.6	12.6		9.0	
	Donekle se slažem	310	28.8	42.1	54.7		23.0	
	Donekle se ne slažem	183	17.0	24.9	79.6		30.0	
	Ne slažem se uopšte	150	14.0	20.4	100.0		15.0	
	Ukupno	736	68.5	100.0				
Nedostaje	OPINA	339	31.5					
Ukupno		1075	100.0					

... verujete nezavisnim potrošačkim organizacijama da će zaštititi vaša prava kao potrošača									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	100	9.3	13.3	13.3		21.0		
	Donekle se slažem	268	24.9	35.6	48.9		51.0		
	Donekle se ne slažem	256	23.8	34.0	82.9		16.0		
	Ne slažem se uopšte	128	11.9	17.1	100.0		7.0		
	Ukupno	753	70.0	100.0					
Nedostaje	OPKINA	322	30.0				5.0		
Ukupno		1075	100.0						

... verujete javnim vlastima da će zaštititi vaša prava kao potrošača...									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	107	9.9	14.0	14.0		15.0		
	Donekle se slažem	272	25.3	35.8	49.8		47.0		
	Donekle se ne slažem	224	20.9	29.5	79.4		24.0		
	Ne slažem se uopšte	157	14.6	20.6	100.0		11.0		
	Ukupno	760	70.7	100.0					
Nedostaje	OPKINA	315	29.3				3.0		
Ukupno		1075	100.0						
... mislite da ste adekvatno zaštićeni postojećim merama zaštite potrošača									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	115	10.7	15.0	15.0		12.0		
	Donekle se slažem	272	25.3	35.6	50.5		46.0		
	Donekle se ne slažem	239	22.3	31.3	81.8		28.0		
	Ne slažem se uopšte	139	12.9	18.2	100.0		10.0		
	Ukupno	765	71.1	100.0					
Nedostaje	OPKINA	310	28.9				4.0		
Ukupno		1075	100.0						
... uopšteno, prodavci/ dobavljači na Kosovu poštuju vaša prava kao potrošača									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	101	9.4	13.2	13.2		10.0		
	Donekle se slažem	279	25.9	36.4	49.6		56.0		
	Donekle se ne slažem	239	22.2	31.2	80.8		25.0		
	Ne slažem se uopšte	148	13.7	19.2	100.0		7.0		

	Ukupno	767	71.3	100.0					
Nedostaje	OPK\NA	308	28.7				3.0		
Ukupno		1075	100.0						
... promenili ste ponašanje kupaca kao rezultat medijske priče (npr. promena prodavnice ili proizvoda)									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	111	10.3	14.5	14.5		12.0		
	Donekle se slažem	284	26.4	37.1	51.5		23.0		
	Donekle se ne slažem	233	21.7	30.5	82.0		34.0		
	Ne slažem se uopšte	138	12.9	18.0	100.0		22.0		
	Ukupno	767	71.3	100.0					
Nedostaje	OPK\NA	308	28.7				3.0		
Ukupno		1075	100.0						
... redovno gledate / slušate programe TV ili radio programe o potrošačkim pitanjima									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Potpuno se slažem	108	10.1	14.4	14.4		15.0		
	Donekle se slažem	252	23.5	33.7	48.1		40.0		
	Donekle se ne slažem	244	22.7	32.6	80.6		29.0		
	Ne slažem se uopšte	145	13.5	19.4	100.0		14.0		
	Ukupno	750	69.7	100.0					
Nedostaje	OPK\NA	325	30.3				2.0		
Ukupno		1075	100.0						
18. Da li ste kontaktirali Departman za zaštitu potrošača da biste rešili bilo koje pitanje?									

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Da	29	2.7	2.7	2.7				
	Ne	1046	97.3	97.3	100.0				
	Ukupno	1075	100.0	100.0					
19. Zašto niste kontaktirali Departman za zaštitu potrošača?									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Ne znam kako da ih kontaktiram	208	19.3	19.9	19.9				
	Nikada mi nije bilo potrebno da ih kontaktiram	515	47.9	49.2	69.1				
	Mislim da ne mogu da reše moj problem	323	30.0	30.9	100.0				
	Ukupno	1046	97.3	100.0					
Nedostaje	Sistem	29	2.7						
Ukupno		1075	100.0						
20. Kako ste kontaktirali Departman za zaštitu potrošača??									
		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Preko telefona	20	1.9	69.0	69.0				
	Internet stranice/ Elektronske pošte	6	0.6	20.3	89.3				
	Lična poseta	3	0.3	10.7	100.0				
	Ukupno	29	2.7	100.0					
Nedostaje	Sistem	1046	97.3						
Ukupno		1075	100.0						
21. Da li ste bili zadovoljni rezultatom?									

		Koliko često	Procenat	Validni procenat	Kumulativni procenat		EU27		
Validno	Da	25	2.3	85.4	85.4				
	Ne	4	0.4	14.6	100.0				
	Ukupno	29	2.7	100.0					
Nedostaje	Sistem	1046	97.3						
Ukupno		1075	100.0						

Aneks 2

ZAKONI I PODZAKONSKI AKTI MTI-a– 2021-2025

I. Spisak zakonskih akata iz oblasti infrastrukture kvaliteta (zaštita potrošača) za koje se očekuje da će biti doneti 2021. godine

1. Nacrt zakona o inspekcijama (kao horizontalni zakon koji će važiti za sve inspekcije);
2. Zakon br. 04/L-154 o predmetima od plemenitih metala;
3. Zakon br. 2004/5 o trgovini naftom i naftnim derivatima (Službeni list privremenih institucija samouprave na Kosovu br. 3/01 avgust);
4. Zakon br. 04/L-176 o turizmu;
5. Zakon br. 04/L-005 (2011) o unutrašnjoj trgovini;
6. Zakon br. 04/L-048 (2011) o spoljnoj trgovini;
7. Zakon br. 04/L–026 o trgovačkim markama (Službeni list Republike Kosovo, br. 10/24 avgust 2011. godine);
8. Zakon br. 05/L-05 o industrijskom dizajnu (Službeni list Republike Kosovo, br. 40/31 decembra 2015. godine); i
9. Zakon br. 04/L–029 o patentima (Službeni list Republike Kosovo, br.12/29 avgust 2011. godine).

II. Spisak podzakonskih akata koji se predviđaju doneti u 2021. godini

1. Uredba o referentnim materijalima (član 11, stav 5, Zakona o metrologiji);
2. Administrativno uputstvo o obliku i dimenzijama verifikacionih znakova (član 21, stav 2, Zakona o metrologiji);

3. Usvajanje Administrativnog uputstva za određivanje uslova za plasiranje na tržište. (U skladu sa članom 55, stavovi 4-6, Zakona br. 06/L-033 o građevinskim proizvodima) (Mart);
4. Usvajanje Uredbe za opremu sa gasom (Regulation (EU) 2016/426) (Mart);
5. Izrada Administrativnog uputstva za postavljanje uslova za plasiranje na tržište terasnih pločica za spoljnu i unutrašnju upotrebu. (U skladu sa članom 55, stavovi 4-6, Zakona br. 06 / L-033 o građevinskim proizvodima) (jun);
6. Izrada Administrativnog uputstva za postavljanje uslova za plasiranje na tržište proizvoda za toplotnu izolaciju zgrada - gotovih proizvoda (EPS) izbočnog polistirensa. (U skladu sa članom 55, stavovi 4-6, Zakona br. 06 / L-033 o građevinskim proizvodima) (septembar);
7. Administrativno uputstvo za grafički prikaz, dimenzije verifikacionih znakova i karakteristike uverenja o verifikaciji;
8. Administrativno uputstvo o određivanju tarifa za akreditaciju;
9. Administrativno uputstvo za utvrđivanje procedure za odobrenje tipa za zakonski kontrolisane merne instrumente;
10. Administrativno uputstvo o pravnim mernim instrumentima;
11. Administrativno uputstvo o ovlašćenju pravnog lica za popravak i pripremu pravnih mernih instrumenata za verifikaciju;
12. Uredba o mernim jedinicama;
13. Uredba o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta Opšteg direktorijata za akreditaciju Kosova u Ministarstvu trgovine i industrije;
14. Uredba o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta Kosovske agencije za metrologiju u Ministarstvu trgovine i industrije;
15. Uredba o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta u Tržišnom inspektoratu; i
16. Uredba o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta Kosovske agencije za standardizaciju u Ministarstvu trgovine i industrije.

Aneks 3

PREPORUKA O ULOZI NVO-A POTROŠAČA U PROGRAMU ZA ZAŠTITU POTROŠAČA 2021-2025

Iz projekta EU-a

PODRŠKA SLOBODNOM KRETANJU ROBE – KOSOVO

Ovaj projekat finansira Evropska unija, a njime upravlja Kancelarija EU na Kosovu EuropeAid/138567/DH/SER/XK

Preporuka za Program zaštite potrošača 2021-2025 Sprovodi:

IBF International Consulting (IBF) iz Belgije, vođa konzorcijuma sa:

Španskim udruženjem za standardizaciju (UNE) iz Španije

Slovenački institut za kvalitet i metrologiju (SIK) iz Slovenije, Spoljna saradnja iz Severne Irske (NI-CO), iz UK-a. Ova publikacija je kreirana uz finansijsku podršku Evropske unije. Njen sadržaj je isključiva odgovornost izvršnog konzorcijuma i ne odražava nužno stavove Evropske unije.

Izvršni rezime

Ovaj dokument daje doprinos Programu zaštite potrošača, fokusirajući se na ulogu NVO-a i načinu poboljšanja njihove zastupljenost u politikama zaštite potrošača.

Dokument analizira promene u svesti potrošača, na osnovu 2 ankete sprovedene sa preko 1.000 potrošača, u 2018. i 2020. godini. Opisuje promene u Savetu za zaštitu potrošača, kao i u okruženju NVO-a u periodu obuhvaćenom trenutnim Programom zaštite potrošača (2016-2020)

Ovaj dokument navodi niz preporuka za sledeći Program zaštite potrošača (2021-2025), tako da se:

- Poboljša pravni okvir;
- Poveća svest potrošača;
- Poboljša učešće NVO-a za potrošače u Savetu za zaštitu potrošača;
- Poboljša uloga NVO-a u zaštiti potrošača.

Uvod

U osnovi, potreba za zaštitom potrošača proizlazi iz nejednakosti moći, informacija i resursa između potrošača i trgovaca, što potrošače dovodi u nepovoljan položaj. Zaštita potrošača ima za cilj rešavanje ovog tržišnog neuspeha. Trgovci dobro poznaju svoje proizvode i usluge, ali pojedinačnim maloprodajnim kupcima može biti teško ili skupo pribaviti dovoljno informacija o svojoj kupovini. Štaviše, čak i kada se pribave sve relevantne informacije, može biti teško da se obrade, shvate i procene.

Potrošači koji su ojačani osnovnim informacijama i pravima - i koji su svesni svojih odgovornosti - važan su izvor tržišne discipline u ekonomskom sistemu, kao i podsticanje trgovaca da konkurišu nudeći korisne proizvode i usluge, kao i da transparentnije otkriju informacije. S druge strane, to promoviše poverenje potrošača i angažovanje na tržištu. Povećanje poverenja potrošača i tržišna konkurencija su ključni elementi za ekonomski razvoj na Kosovu.

Pozadina: Politika zaštite potrošača na Kosovu 2016-2020

Zaštita potrošača ostvarila je snažan napredak tokom poslednjih 5 godina. Novi okvirni zakon o zaštiti potrošača izrađen je i objavljen 2018. godine. Takođe je došlo do značajnog poboljšanja u svesti i percepciji potrošača. Zatim je prošireni Savet potrošača pružio platformu za dijalog sa zainteresovanim stranama.

Zakonski razvoj

Novi Zakon o zaštiti potrošača (ZZP), usvojen 21. maja 2018. godine, i objavljen 14. juna 2018. godine, transponuje Direktive EU-a navedene u članu 1, stav 2 ZZP-a, odnosno:

- Direktiva 93/13/EEZ o nepoštenim uslovima u ugovorima potrošača;
- Direktiva 98/6/EZ o predavljanju cena proizvoda ponuđenih potrošačima;
- Direktiva 1999/44/EZ o određenim aspektima prodaje robe potrošnje i odgovarajućim garancijama;
- Direktiva 2002/65/EZ o trgovini potrošačkim finansijskim uslugama na daljinu;
- Direktiva 2005/29/EZ o nepravilnim trgovačkim praksama;
- Direktiva 2008/48/EZ o kreditnim ugovorima za potrošače;
- Direktiva 2008/122/EZ o ugovorima sa podelom vremena, dugoročnim proizvodima za odmor; ugovorima o preprodaji i razmeni;
- Direktiva 2009/22/EZ o privremenim merama za zaštitu interesa potrošača;
- Direktiva 2011/83/EU o pravima potrošača.

Direktiva 85/374/EEZ o odgovornosti za neispravne proizvode, Direktiva 2013/11 / EU o alternativnom rešavanju sporova za potrošače, Uredba 524/2013 o rešavanju sporova na internetu

za potrošače, Direktiva 2014/17/EU o ugovorima o hipotekarnim kreditima i Direktiva 2015/2302 o putničkim paketima i srodnim putnim aranžmanima nisu transponovane u zakonodavstvo Kosova putem ZZP-a.

Zakon je sproveden objavljivanjem nekoliko podzakonskih akata:

- Administrativno uputstvo (MERIPSI) br. 01/2020 o vođenju elektronskog registra kolektivnih tužbi okončanih sa punomoćnom presudom (Objavljeno: 23.04.2020. godine);
- Administrativno uputstvo (MTI) br. 05/2019 za utvrđivanje standardnih obrazaca informacija za potrošače ugovora sa vremenskim podelama i povezanim ugovorima (Objavljeno: 05.06.2019. godine);
- Administrativno uputstvo (MTI) br. 01/2019 o određivanju oblika, sadržaja i upotrebe zastave na poreklu proizvoda (Objavljeno: 19.02.2019. godine);
- Administrativno uputstvo (CBK) o standardnom obrascu informacija u ugovorima o kreditu (Objavljeno: 18.01.2019. godine);
- Administrativno uputstvo (MTI) br. 20/2018 o određivanju oblika, sadržaja i upotrebe zastave na poreklu proizvoda (Objavljeno: 31.12.2018. godine);
- Administrativno uputstvo (MTI) br. 18/2018 o obrascu za informacije, vreme i procedure za sprovođenje povlačenja iz ugovora na daljinu izvan poslovnih prostorija (Objavljeno: 19.12.2018. godine);
- Odluka vlade o sastavu Saveta za zaštitu potrošača (Objavljena 3.12.2018. godine);
- Administrativno uputstvo (MTI) br. 13/2018 o postupku tretiranja žalbi od strane Odeljenja za zaštitu potrošača (Objavljeno: 12.11.2018. godine);
- Administrativno uputstvo (MTI) br. 12/2018 za određivanje oblika, sadržaja i korišćenje logoa Odeljenja za zaštitu potrošača (Objavljeno: 22.10.2018. godine).

Preporuke, ciljevi i ključni pokazatelji učinka

- Ažurirati zakonodavstvo o usklađenosti sa Acquis-om EU-a: Ključni pokazatelj učinka: ažurirati Zakon o zaštiti potrošača kako bi bio u skladu sa EU/2131/2019, ažurirati Zakon o zaštiti potrošača u skladu sa zakonodavstvom Evropske unije nedavno usvojena u EU-u.

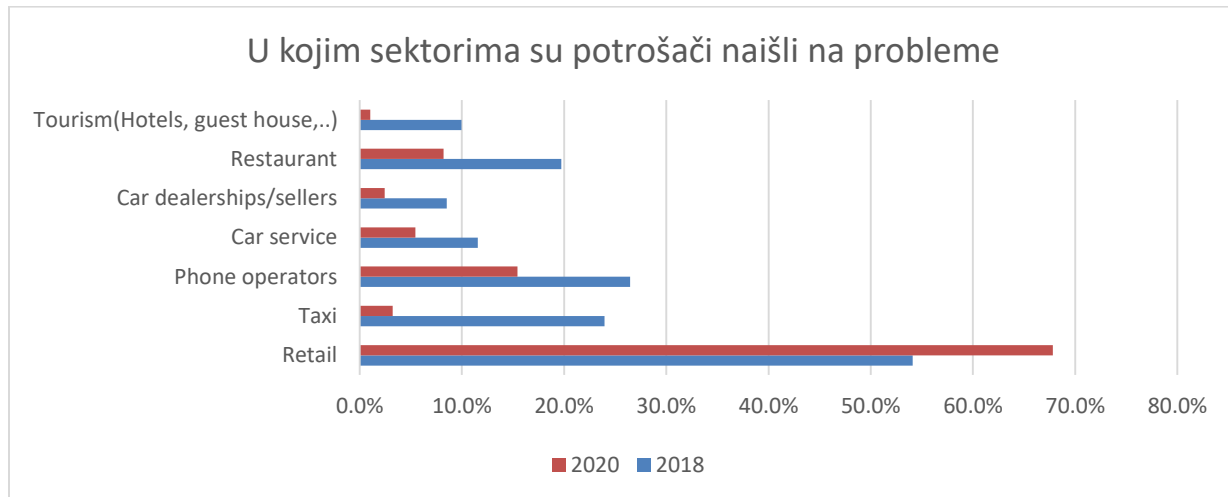
Podizanje svesti potrošača 2018-2020

Sprovedene su dve ankete u vezi sa podizanjem svesti potrošača o njihovim pravima, u 2018. i 2020. godini, sa ukupno 1.075 potrošača. Ankete odražavaju barometar potrošača EU-a. To je omogućilo i procenu trendova, ali i poređenje sa podacima EU-a.

1. Sve više potrošača kupuje putem Interneta..
Sve više kupovina se obavlja putem interneta: u 2018. godini samo 15% potrošača je naručilo nešto na mreži u poslednjih 12 meseci. Do 2020. godine ova broj se utrostručio na 45,6%.

2. Kosovski potrošači pokazuju više poverenja na tržište.

U 2018. godini 36% potrošača verovalo je da je značajan broj neprehrambenih proizvoda na Kosovu siguran. Ova cifra je sada 23%, što je blizu percepciji potrošača u EU-u (25%). Nedostatak poverenja u prehrambene proizvode pao je sa 44% na 32% (22% u EU-u).



Poverenje potrošača u trgovce povećalo se sa 50% na 73%, što premašuje brojku od 66% u EU-u. Poverenje potrošača u sposobnost javnih vlasti da sprovedu svoja prava iznosi 63%, dok je poverenje potrošača da NVO-i potrošača štite njihova prava poraslo sa 51% na 68%, dostigavši skoro nivo EU-a (72%).

3. Kosovski potrošači paze šta kupuju.

Na izbor kupovina za 26% potrošača utiče uticaj roba ili usluga na životnu sredinu (sa samo 20% u 2018. godini). Još više iznenađuje činjenica da je 46% potrošača pod uticajem zemlje porekla proizvoda, u poređenju sa samo 24% u 2018. Godini. Međutim, 38% potrošača i dalje se nedeljno susreće sa oznakama sa informacijama koje nisu na njihovom jeziku. Iako je ova brojka pala sa masovne brojke od 61%, to je i dalje visok i neprihvatljiv broj.

4. Kosovski potrošači još uvek nisu obavešteni o svojim pravima.

Građani Kosova su 2018. godine dobili su novi zakon o zaštiti potrošača, koji im je dao mnoga ista prava koja uživaju potrošači iz EU-a. Ali čak i dve godine nakon stupanja na snagu, potrošači još uvek nisu dovoljno svesni svojih prava.

42% potrošača niti zna da zakon postoji. Još gore, potrošači još uvek ne znaju za svoja zakonska prava. Na pitanje da li mogu da vrate robu koju su kupili putem Interneta 4 dana nakon isporuke, 70% kaže da ne. U stvari, kupci imaju pravo da vrate robu i dobiju novac do 14 dana nakon isporuke. Na pitanje da li potrošač može da vrati frižider koji je pokvaren 18 meseci nakon kupovine, 72% misli da ne. Zakon o zaštiti potrošača uspostavlja obaveznu dvogodišnju garanciju za prodavca.

Preporuke, ciljevi i ključni pokazatelji učinka (KPU)

- Nastaviti sa praćenjem podizanja svesti potrošača;
- Ključni pokazatelj učinka: sprovesti najmanje 1 barometar potrošača, jednu anketu sa +1,000 potrošača;
- Povećati svest potrošača o svojim pravima;
- Ključni pokazatelj učinka: pokrenuti 3 velike kampanje za informisanje potrošača o njihovim pravima prema Zakonu o zaštiti potrošača. S obzirom na uspeh kampanje iz 2020. godine, društveni mediji bili bi najbolji kanal;
- Povećati sprovođenje i nadzor nad kupovinom preko interneta;
- Ključni pokazatelj učinka: pokrenuti 1 kampanju podizanja svesti o pravima potrošača tokom kupovine preko interneta. Izraditi politiku za relevantne agencije za sprovođenje zakona (telekom, inspekcije, carine) za nadgledanje internetskog tržišta.

NVO-i predstavnici potrošača na Kosovu 2016-2020: povećanje NVO-a

Uključivanje nacionalnih potrošačkih organizacija u kreiranje politika EU-a ključno je za stvaranje boljeg i efikasnijeg zakonodavstva o zaštiti potrošača. Svrha nacionalnih potrošačkih organizacija je da obezbede da potrošači budu svesni svojih prava i da ih mogu uživati. Drugi cilj je predstavljanje potrošača iz EU-a u kreiranju zakonodavstva o zaštiti potrošača.

Sprovođenjem programa 2016-2020, Kosovo je zabeležilo impresivan porast broja poznatih potrošačkih organizacija. Početnoj organizaciji, KONSUMATORI, pridružile su se i druge kao što su LENS, GAP, FOL i KALLXO. Ove poslednje su NVO-i, koji su često poreklom iz istraživačkog novinarstva, instituta za praćenje medija ili zagovaranja građana, koji već čine prirodni prelaz ka zaštiti potrošača. Kasnija organizacija INDEP još nije postigla status priznanja.

KONSUMATORI je jedini NVO koji se fokusira isključivo na zaštitu potrošača. Sa drugima još nije jasno hoće li im zaštita potrošača biti osnovna delatnost. Ono što je, međutim, jasno je nedostatak kapaciteta, koji je, s druge strane, povezan sa nedostatkom sredstava.

Kapacitet se odnosi na niz karakteristika koje čine organizaciju profesionalnom, sposobnom za obavljanje osnovnih zadataka, kao što su saveti i informacije za potrošače, istraživanje i zagovaranje ili predstavljanje. To uključuje sistem upravljanja, ako su izrađene strategije i planovi rada, broj osoblja, vrste i broj članova ili pretplatnika itd.

Ovde se radi o sposobnosti organizacije da utiče na ishod politika i tržišta u interesu potrošača, uglavnom kroz smisleno učešće u procesu donošenja politika i zagovaranju i aktivnostima kampanje koje su ključne.

Drugo kritično pitanje je zastupljenost. Nijedna od gore pomenutih organizacija nema nikakvu osnovu za zastupljenost članstva i malo je verovatno da će organizacija zasnovana na članarini biti samoodrživa na Kosovu: građani su manje spremni da se registruju da bi se pridružili organizacija, a još manje da plaćaju članarinu.

Ali, članstvo je samo metrika zastupljenosti. Podizanje svesti javnosti, zagovaranje i prisustvo medija je još jedan način za merenje zastupljenosti. Teško je proceniti efikasnost i uticaj zagovaranja.

Najprikladnija metrika za Kosovo je interakcija sa društvenim medijima. Potrošački NVO-i su aktivni i prisutni na društvenim mrežama, kao i građani Kosova. Direktna interakcija sa građanima i njihovim podacima jasni su i objektivni pokazatelji zastupljenosti.

Potrošačke politike i njihova zaštita nisu luksuz, oni su važna sredstva za povećanje poverenja potrošača, poboljšanje konkurentnosti i pomoć oporavku ekonomije.

Ciljevi i ključni pokazatelji učinka (KPU)

- Podržati i zahtevati od NVO-a da izrade i podnesu godišnji plan rada Savetu za zaštitu potrošača.
Ključni pokazatelj učinka: objavljivanje 5 godišnjih planova rada strane članova potrošačkih NVO-a u Savetu potrošača u periodu 2021-2025. godine.
- Podržati NVO-e da učestvuju u godišnjoj organizaciji Svetskog dana zaštite potrošača, 15. marta.
Ključni pokazatelj učinka: učešće i sopstvene inicijative potrošačkih NVO –a tokom 5 Svetskih dana prava potrošača 2021-2025. godine.
- Povećati zastupljenost kroz interakciju na društvenim mrežama, direktno članstvo, svest javnosti ili prisustvo medija.
Ključni pokazatelj učinka: povećanje broja interakcija na društvenim mrežama između NVO-a i građana.
- Neophodno je povećanje medijskog interesovanja za potrošačka pitanja, posebno objavljivanje i programiranje svesti o pravima potrošača.
Ključni pokazatelj učinka: povećati članke i programe o potrošačkim pitanjima u nacionalnim medijima, posebne programe o pravima potrošača, najmanje 4 saopštenja za štampu NVO-a.
- NVO-i moraju se angažovati od početka u proces izrade propisa. Pravila o angažovanju NVO-a ne bi trebalo da im pružaju dovoljno mogućnosti da izraze interese potrošača, već bi trebalo da budu i dovoljno fleksibilna da omoguće praktičniji (i manje legalistički) doprinos koji mogu pružiti mnogi stručnjaci. To se može učiniti putem Saveta za zaštitu potrošača.
Ključni pokazatelj učinka: NVO –i se pozivaju da daju komentare na svaki predloženi pravni akt.
- NVO-i moraju da povećaju svoje znanje o zakonodavstvu za potrošače da bi bili efikasni partneri. Da bi mogli efikasno da pomognu ciljnim grupama potrošačkih prava, NVO-i moraju da povećaju svoju svest o tome kako sistem funkcioniše i kako njihove ciljne grupe mogu imati koristi od proizvoda i usluga.
Ključni pokazatelj učinka: regulatori organizuju 3 obuke i radionice za NVO-e o određenim pitanjima vezanim za prava potrošača

Savet za zaštitu potrošača

Savet za zaštitu potrošača je savetodavno telo za politike zaštite potrošača. Ovo je platforma za dijalog između regulatora, kreatora politike, akademika, potrošača i predstavnika biznisa.

ZZP, član 132.6, predviđa da "Savet funkcioniše na osnovu pravilnika o radu, kojeg izrađuje Savet." Ovaj dokument pruža niz preporuka za proceduru za izradu formalnog Saveta ili Mišljenja Saveta.

Savet je u početku imao 7 članova:

- Dva predstavnika iz MTI-a, jedan iz Departmana za zaštitu potrošača (takođe predsednik saveta) i jedan iz Tržišne inspekcije; Jedan nezavisni stručnjak (predstavnik NVO 'LENS');
- Jedan predstavnik Udruženja (NVO) 'Konsumatori';
- Dva predstavnika iz poslovnih udruženja: jedan iz Privredne komore Kosova i jedan iz Poslovne alijanse;
- Jedan predstavnik iz Agencije za hranu i veterinu;

U decembru 2018. godine članstvo je prošireno na 15 i dalje ponuđeno za sadašnjih 17 članova:

Član	Kategorija
Departman za zaštitu potrošača u MTI	Javna institucija
Nacionalni institut za javno zdravlje Kosova	Zdravstvo
Konsumatori	NVO
Privredna komora Kosova	NVO
Tržišni inspektorat MTI-a	Javna institucija
Agencija za hranu i veterinu	Autoritet
Centralna banka Kosova	Javna institucija
Kosovska alijansa biznisa	NVO
Regulatorni ured za energiju	Regulator
Nezavisna komisija za medije	Regulator
Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije	Regulator
Regulatorni autoritet za usluge vode	Regulator
GAP	NVO
Lëvizja FOL	NVO
LENS	NVO
MTSD	NVO
Kallxo.com	NVO

- ***Preporuke, ciljevi i ključni pokazatelji učinka***

Poboljšati interakciju NVO-a sa zainteresovanim stranama, ojačati članstvo NVO-a kao i aktivna saradnja u Savetu za zaštitu potrošača.

Ključni pokazatelj učinka: evidentirati učešće predstavnika NVO-a na sastancima Saveta. Podnošenje preporuka NVO-a Savetu.